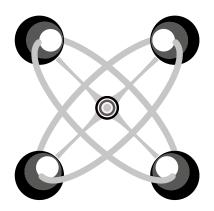
accademia di belle arti di roma

n.7

QUESTO MAGAZINE APPARTIENE A

____

CO-LO-PHON // OTT 2019

via del Pratello, 31 - 40122
Bologna - Italy
tel. 0039 051 5870758

www.faustolupettieditore.it

distribuito da Messaggerie Libri
Isbn 9788868742621

Copertina di Vincenzo Franco

n° 7
Pubblicazione periodica

accademia
di belle arti
di roma

Sede
Accademia di Belle Arti di Roma
via di Ripetta, 222
00187 Roma

Direttore responsabile
Enrico Pusceddu

Comitato di direzione
Stefano Mosena
Danila Domizi
Chiara Coppola

Si ringrazia per la collaborazione
Massimo Arduini, Andrea Attardi, Valeriana Berchicci, Enrico Bisenzi, Tonino Cantelmi, Alessandra Cigala, Rocco Converti, Fausta Di Falco, Yurie Kuniyuki, Fabio Loreti, Gianfranco Loreti, Dainele Lupetti, Alessandra Mauro, Roberta Melasecca, Stefano Mosena, Massimiliano Napoli, Valentina Notarberardino, Rossella Passavanti, Maria Cristina Reggio, Pietro Roccasecca, Mauro Rosato, Elena Giulia Rossi, Beatrice Sansò, Mauro Spada, Chiara Stancati, Enrico Tanno, Patrizia Zerbi.

Redazione

Si ringrazia: Chiara Arena, Alessio Camponeschi
Chiara Cretaro, Chang Gao, Nie Jianming
Angela Passananti, Ilaria Pazienza, Dafne Salvatori

Giulia Blasi
Asami Gambino
Valerio D'Agostini
Valentina Russo
Elena Longarini
Elena Piloni
Danila Domizi

SOMMARIO

FOCUS

SEGNALAZIONI

LA VETRINA DELLE TESI

LA VETRINA DEGLI STUDENTI

RIFLESSIONI

COMINIG SOON

ILLUSTRAZIONI **VINCENZO FRANCO**

ILLUSTRAZIONE **DANILA DOMIZI**

TRASFORMISMI E IDENTITÀ

in un mondo fluttuante

di Enrico Pusceddu

Com'è nello stile di Insight, anche quest'anno l'obiettivo della rivista è di unire più voci in un'unica coralità. Il tema affrontato "**Trasformismi e Identità**" vuole essere un input per avere più interpretazioni e punti di vista sullo stesso. Uno spazio d'idee occupato materialmente dall'arte nelle sue varie coniugazioni, ma anche un luogo di rivelazione che si manifesta per invitare i lettori a muovere la propria mente e il proprio agire.

"Una rivista da leggere ma anche da conservare."

All'interno di questo nuovo numero assumendo come ipotesi generale l'esistenza dell'individuo e il suo operare nella società si è indagato in maniera trasversale su alcuni aspetti che s'interrogano sul dualismo "trasformismo e identità", che oggi più che mai contrassegnano l'agire umano, affrontando diverse tematiche e situazioni, riconducibili a connessioni e interazioni che si stanno sempre più instaurando nell'ambito comunicativo, sociale ed esistenziale. Viviamo un oggi dove vige più che mai il pluralismo comunicativo, gli ultimi decenni sono stati contrassegnati da una straordinaria e massiccia accelerazione dell'innovazione tecnologica nell'ambito comunicativo.
L'inversione discriminante si può identificare dal passaggio del segnale da analogico al digitale. Sempre più l'innovazione e il computer unificano i media e modificano vari linguaggi comunicativi in diversi settori e campi paradigmatici di appartenenza. Questo fenomeno ci porta inevitabilmente a riflettere sull'identità, il valore e l'uso dell'informazione. Oggi siamo più che mai sopraffatti da mezzi, strumenti e tecniche, tutto ciò richiede inevitabilmente una buona cultura della comunicazione, la

“noi oggi abbiamo molta conoscenza ma poca comprensione.”

quale si è arricchita riguardo ai supporti e alla sua elaborazione. E come sosteneva Calvin Russell, possiamo dire che noi oggi abbiamo molta conoscenza ma poca comprensione.
Tale fenomeno ha generato molte esclusioni che nel tempo, sta originando nuovi analfabetismi. Tutto ciò determina una nuova riflessione e consequenziale constatazione a riguardo della certezza dell’uomo che ha di se, passando dal “Cogito” al Comunico, ergo sum.
L’identità comprende valori e convinzioni, cioè le idee che si possiedono o che ci si è fatti su se stessi, gli altri e il mondo.
Il livello delle convinzioni che fa riferimento a ciò che veramente conta ed è importante per la vita fornisce la motivazione ad agire nel mondo in cui operiamo. Le capacità costituiscono le abilità sviluppate dall’individuo che ha imparato a operare in modo adeguato all’ambiente esterno. I comportamenti sono le azioni effettive compiute dall’individuo all’interno di una situazione.
L’ambiente costituisce il contesto entro il quale avviene l’esperienza del soggetto.
Come già ampiamente verificato e analizzato da Bateson, nei processi di apprendimento, di cambiamento e di comunicazione, esistono gerarchie naturali di classificazione strutturate in livelli di esperienza.

Le esperienze “ibride” e “olistiche” danno luogo a strategie più evolute di comunicazione le quali agiscono a livello polisensoriale o sinestetico esperienziale. L’analisi e la misurazione delle emozioni pongono l’accento sul problema dell’analisi dei processi inconsci che avvengono nella nostra mente e di come questi ultimi, influenzino e allo stesso tempo siano influenzati dall’ambiente che quotidianamente viviamo e ci circonda. Questo ci permette di comprendere l’essenziale codipendenza di corpo-cervello-mente- società. Spingere l’indagine verso questi profondi territori della mente, tra identità e trasformismi, porta a un nuovo stimolo per migliorare e allo stesso tempo comprendere in forma più consapevole, all’interno delle diverse situazioni, il carico del contesto qualificante per migliorare la conoscenza e la visione della realtà in cui viviamo.
In molti sostengono che non sia possibile studiare le emozioni con un approccio scientifico, mentre recenti studi ed esperienze nel campo delle neuroscienze hanno provato il contrario, aprendo il campo allo sviluppo delle relazioni tra questo mondo che studia le emozioni ed ambiti scientifici diversi, tra cui quello della ricerca di design.
Stiamo vivendo una tremenda crisi di valori riferiti alla liquefazione della società.
Sta a noi decidere come sarà il futuro.

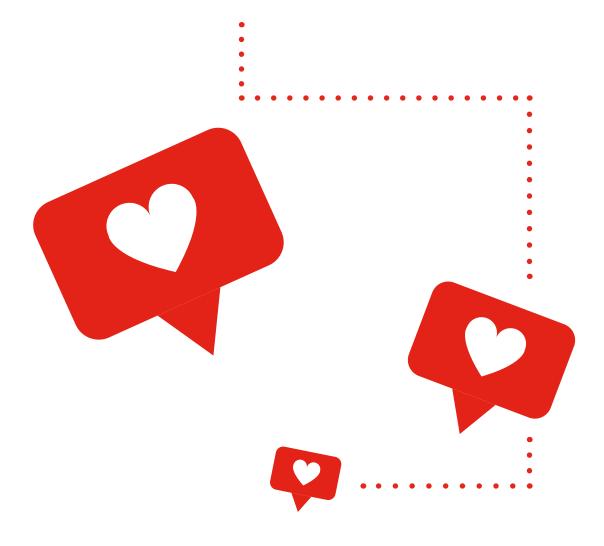
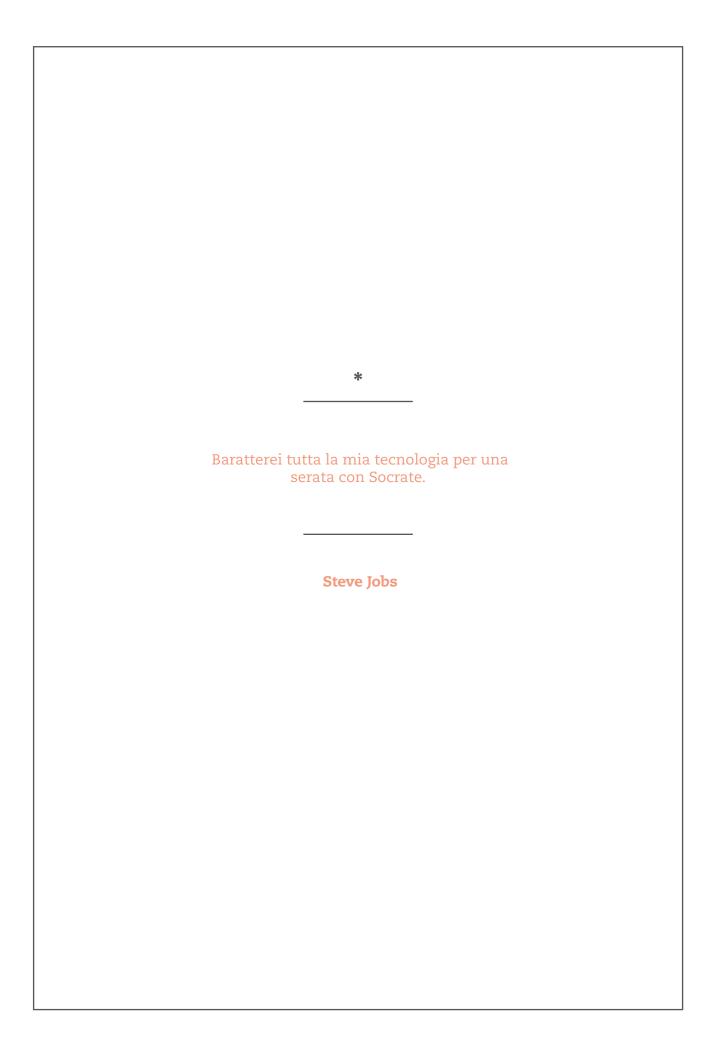
ILLUSTRAZIONE **WANG SIYU**

Il futuro non è predeterminato non vi è un determinismo storico, l'unico fattore che determina e agisce nella storia è l'azione umana.
Ci troviamo di fronte ad un problema di erosione dei veri contenuti della religione e della spiritualità, questo deriva probabilmente dalla crisi dei valori e porta all'evaporazione della spiritualità.
Per pensare al futuro bisogna porre attenzione al passato. Fare archeologia per riuscire a delineare il futuro in questo preciso momento d'interregno, dominato dalla crisi dell'autorità, della solidarietà verticale, crisi di fiducia a livello generale. E allora come si delinea questa crisi dei valori? E cosa fare quando ci troviamo difronte all'inatteso? Tutti questi cambiamenti ci portano a esperienze diverse, sempre più piacevoli, ma queste in molti casi non danno significato alla vita, non c'è più tempo per riflettere, pensare, guardare alla nostra vita dall'esterno, al nostro passato. Ciò che emerge è una necessità di spiritualità, un dare significato alla quotidianità di tutti i giorni, alla normale routine che ci troviamo ad affrontare giorno dopo giorno, ma al contempo sopraffatti dal paradosso della nostra società.
Come capire il mondo complesso che stiamo vivendo, noi sappiamo che succede continuamente qualcosa nella nostra vita, non sappiamo da dove viene e la gran parte delle cose che succedono ci coglie di sorpresa.
Il risultato di tutto questo fa paura, una paura esterna, una paura non di cose specifiche, sostanzialmente una paura di tre cose: dell'incertezza nella capacità di trovare la nostra strada nel mondo, la nostra incapacità di presagire il futuro e quale sarà il risultato delle nostre azioni. Modernità liquida ha definito questa condizione umana Zygmunt Bauman. Perché la crescita che per definizione umana non si deve fermare mai, ha assorbito nel suo meccanismo anche le relazioni umane liquefacendole.
Ricercare, analizzare, esplorare significa imparare a vedere con occhi nuovi, ascoltare il racconto dei luoghi che circondano la strada che percorriamo. Una sezione caleidoscopica, tutta proiettata in avanti, per immaginare con molta affidabilità gli scenari di domani, quello che abbiamo tra le mani è un invito a scoprire i territori che mutano, si trasformano, tramite un periscopio che guarda fuori e oltre gli orizzonti consueti: un magazine che narra le forme di innovazione: sociale, culturale, di costume o di stili di vita. Un grand'angolo aperto all'esplorazione delle tendenze che segnano il nostro tempo, senza pregiudizi e senza ideologie.

ILLUSTRAZIONE **ELENA PILONI**

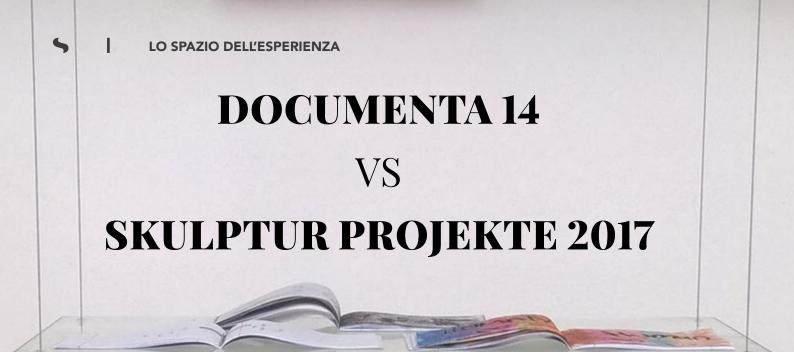
*

Baratterei tutta la mia tecnologia per una serata con Socrate.

Steve Jobs

{ Lo spazio dell’esperienza }

LLUSTRAZIONE **ELENA LONGARINI**

*

DOCUMENTA 14
VS
SKULPTUR PROJEKTE 2017

Iterability and Otherness - Learning and Working from Athens
(Iterabilità e diversità - apprendimento e lavoro da Atene)

Documentare Documenta e non solo: una Polis dell'Arte o l'Arte nella Polis?
a cura di M. Arduini in collaborazione con A. Speroni, E. Boni, G. Mafrici e G. Savioli.

Avvertenze e modalità di lettura
Sia ben chiaro che quanto seguirà è il frutto di un approccio critico e di scoperta in un percorso di ricerca dei limiti e delle virtù di quanto apparso sotto i nostri occhi, le nostre orecchie e i nostri piedi, fra meraviglia e prevenzione, curiosità e diffidenza, condanna e perdono. Può darsi in forma semiseria e ludica, di story-board o diario dei segreti, ma ciò che andate a leggere non potrà essere ovviamente un articolo troppo magnanime o con un atteggiamento di complicità nei confronti di un sistema, quello dell'arte contemporanea, sempre più smaterializzato nella pratica, inglobato dal sistema politico-economico e sostanzialmente "afasico" nel comunicare col grande pubblico benché fondato proprio sulla tecnologia "globale" e sulla disperata necessità di comunicare più che di mostrare. Allertati dalla scelta Politically correct di affidare ad **Adam Szymczyk** (e **Bonaventure Son Bejeng Ndikung**, Pierre Bal-Blanc, Hendrik Folkerts, Candice Hopkins, Hila Peleg, Dieter Roelstraete, Monika Szewczyk) **la rassegna di Kassel e non facili a cadere nell'apparente imboscata tesa a Munster, da Kasper König** (e le due critiche Britta Peters e Marianne Wagner) nella più "tradizionale" cornice dell'Arte Pubblica, abbiamo proceduto con passo felpato e mimetizzati fra i molti visitatori, addetti ai lavori o ignari che fossero. I ragazzi si aggiravano incuriositi e molestati allo stesso tempo. Spaesati dalla trasversalità degli allestimenti, delle epoche, dei temi, dei linguaggi, dei luoghi. Quasi irretiti, come me, dalla impossibilità di sintetizzare e fare il punto. Giacché nessun punto poteva farsi. Ma allo stesso tempo stimolati al confronto, alla riflessione e se vogliamo anche ad un dialogo con lo stato delle cose, con forme di realtà ibridate ed ampliate, aumentate, di produzione di un testo/opera, di narrazioni di vissuti collettivi ed intimi, le cui componenti estetiche (o anestetiche) si avvalgono degli strumenti più disparati e dei linguaggi più contaminati. Frutto per lo più nella manifestazione di Kassel di una reazione curatoriale attraverso gli artisti scelti ai poteri forti e più sbilanciata sul territorio politico e dunque di una "polis" dell'arte. Mentre per Munster si può dire forse l'opposto. Ciò che ne risulterà sarà, sia per l'arguzia delle penne (o meglio dei tasti) che per lo slancio e l'afflato dello sguardo, un melting pot poeticamente a tema, anzi a "tematiche". Poiché ancor più poeticamente abita il mondo l'artista. Una specie di ampliamento visivo provocato dalla cornea e vissuto sulla propria pelle. Quasi delle visioni senza oggetto.

"Documenta prova a testimoniare ed esorcizzare e lo fa attraverso la smaterializzazione delle identità, la marginalizzazione sessuale e sociale "

Von Athen lernen:

In apparenza sembrerebbe di essere di nuovo di fronte alla solita retorica mittel europea che vede la Grecia e l'Italia, vale a dire Atene e Roma, come quell'area storico-geografica culla della cultura in generale e delle "Belle Arti" (più specificamente), della civiltà Europea-Occidentale insomma. Per cui la Grecia, in questo caso andrebbe rivalutata, anzi riscoperta come modello di classicità. Ma allora ci domandiamo non senza un pizzico di malizia se non è un caso che sia proprio la Germania dell'euro e dell'Europa a promuovere questo ritorno al "classicismo" (forse sarà Angela Merkel il Winkelmann dell'attuale momento storico?). Sempre a pensar male - che si fa peccato ma spesso ci si indovina **1** - infatti ed in buona compagnia, non si può non mettere in relazioni i non troppo lontani problemi della Grecia in ambito di moneta unica europea e con lo stato tedesco più in particolare, a fronte di una linea dura proprio da quest'ultimo condotta. A meno di due anni dal momento di massima crisi greca a guida Alexīs Tsipras, con l'indizione di un referendum per l'uscita dal mercato finanziario europeo, questa 14° edizione di Documenta si inaugura con una sutura ed una sorta di contrappasso, allo stesso tempo, come testimonia la performance "ironica" dell'artista argentina Marta Minujin al Museo d'Arte contemporanea di Atene intitolata "*Pagamento del debito della Grecia alla Germania con olive ed arte*". Si perché una delle novità di questa edizione è la doppia sede, **2** in simultanea, non più solo di Kassel ma anche della capitale greca. Per tornare alle strategie di politica economica mi permetto e mi scuso di rincarare la dose citando uno stralcio da un articolo di Flash Art on-line:" l'ex ministro greco della finanza Yanis Varoufakis ha notato [*infatti*] la simultaneità della mostra con la liquidazione dei beni nazionali greci (quattordici aeroporti regionali, quelli estremamente lucrativi come Santorini, Mykonos e così via) in vendita al Fraport di proprietà dello stato tedesco". **3** Dunque se ricucitura ha da esserci è bene che sia in grande stile, Documenta va ad Atene ed il Partenone approda a Kassel. Di nuovo l'artista "star" di Buenos Aires riallestisce in Friedrichs Platz una struttura in tubolare con le dimensioni reali del Partenone che via via, dall'inaugurazione della rassegna sino al suo termine, sarà interamente rivestita di libri. Questi sono impacchettati e fasciati da bande di teloni di nylon trasparente attraverso i quali vengono fissati e protetti (almeno dalla pioggia). E' un'opera in fieri: i libri sono raccolti e reperiti anche grazie a donazioni del pubblico. Nella piazza vi sono collocati diversi contenitori dove lasciarne. Un lavoro di grande impatto che rimanda metaforicamente e inevitabilmente al tema dell'edizione della Biennale 2013, quella del Palazzo Enciclopedico. Un Tempio la cui unità di costruzione minima è un "testo scritto rilegato". Sebbene in questo caso più che una cellula base i libri creano un manto visivamente vibrante – specialmente nella versione notturna, illuminata. E sebbene, ancora, questo Tempio sia dedicato a sdoganare la censura ed i tabù culturali più che conservare un "archivio" del sapere. Questa versione è infatti la copia di quella che la stessa autrice allestì, nel 1983 a Buenos Aires, a contestazione della dittatura militare argentina. Ed anche stavolta si avvale di testi censurati e scomodi, venendo a collocarla nel luogo dell'Auto da fè nazista. Se in effetti l'impatto è forte scenograficamente l'assunto di fondo sembra perdersi però nelle nuance cromatiche delle copertine e in una sorta di manierismo stilistico, nella ripetizione. In tutta la manifestazione ritroveremo testimonianze di "libri". Quasi a bilanciare con la loro aurea di saggezza e stabilità l'estrema instabilità sociale e degli equilibri internazionali, con le conseguenti crisi politiche, che quest'edizione di Documenta prova a testimoniare ed esorcizzare. E lo fa attraverso la smaterializzazione delle identità, la marginalizzazione sessuale e sociale. La sottomissione generazionale alla comunicazione. E tutte le pratiche che possano trasfigurare o reificare ciò che è diverso o non riconosciuto dall'establishment culturale e non solo. Questa edizione più che mai si pone come luogo di "resilienza" artistica. Di strategie di resistenza. Come ha illustrato il co-curatore Bonaventure Son Bejeng Ndikung nella conferenza stampa che ha inaugurato il programma radiofonico "*Every Time A Ear di Soun*" con cui si esplora "il suono, la voce, la musica, il discorso come medium artistico finalizzato a svelare le storie della cultura controegemonica. Il programma vuole rovesciare le dinamiche con cui oggi il potere controlla le masse attraverso i media e restituire alla radio tutta la sua forza di resistenza, la sua capacità di insinuarsi in ogni angolo creando nuove perce

zioni in chi l'ascolta e nuovi spazi di pensiero. Ma è anche un modo per superare la supremazia della vista nel sistema di conoscenza della cultura occidentale, ed evidenziare come la nostra conoscenza passi principalmente dall'atto del vedere (e nella mostra presso la sede del Conservatorio di Atene il rapporto fra occhio e orecchio è un filo rosso che lega gran parte dei lavori). Grazie alla collaborazione con la Deutschlandfunk Kultur, durante l'intera durata della rassegna nove stazioni radio formeranno una rete espositiva sonora, che unisce Grecia, Camerun, Colombia, Libano, Brasile, Indonesia, Stati Uniti e Germania (in questo caso la radio è la neonata SAVVY Funk, dello spazio espositivo SAVVY contemporary). Ogni radio con la propria lingua trasmetterà quotidianamente, per quattro ore, opere di sound art, materiali d'archivio e broadcast dal *public program* di Documenta. Per gli ascoltatori da tutto il mondo, è possibile seguire il programma direttamente sul sito ufficiale"[4]. La Neue Galerie è uno dei luoghi dove maggiormente assistiamo a qualcosa del genere. Ma ancora dei Libri. Il lavoro del polacco Hubertus Gojowczyk "*Tür zur Bibliothek*" che nell'edizione VI di Documenta era sotto una delle rampe delle scale lo troviamo a chiusura di un passaggio nel basamento della Neue Galerie. E' un'opera-istallazione divenuta permanente ed in realtà si tratta di una porta-murata dove al posto dei mattoni vediamo dei libri immersi nella calce. In modo simile, giocando su di un contrasto tra concetto e forma, Maria Eichhorn in "*Afasia*" ripropone una collezione-libreria di testi giudaici acquistati illegalmente e facenti parte di un progetto più ampio attivato dall'artista, nativa di Bamberg, denominato Rose Valland Institute, "è un progetto artistico avviato da Maria Eichhorn [*proprio*] nel contesto di Documenta 14. Ricerca e testimonia l'espropriazione della popolazione ebraica in Europa, nonché il suo passato e il suo continuo impatto [nell'attualità]. L'Istituto prese il nome dallo storico dell'arte Rose Valland, che registrò segretamente i dettagli del saccheggio nazista di opere di proprietà pubblica e privata o di proprietà dello stato francese [portate via] dalla Francia durante l'occupazione tedesca di Parigi. Dopo la guerra, ha lavorato per la Commission de Récupération Artistique (Commissione per il recupero di opere d'arte) e ha dato importanti contributi alla restituzione di opere d'arte rubate dai nazisti". [5] Tutta la Neue Galerie è articolata e pensata come luogo orizzontale dal punto di vista dello spazio, degli avvenimenti e della geografia. C'è molto colonialismo, modernismo, avanguardie, "nazismo", sessismo, diversità, trasformismo, violenza, mostruosità, letteratura…ma sembra tutto un po' visto dagli occhi di un bambino o disegnato dalla mano di un bambino…E forse allora il lavoro simbolicamente più identificativo lo troviamo in Pelagie Gbaguidi, "*The Missing Link. Dicolonisation Education by Mrs Smiling Stone*", con una poeticità di critica e di pensiero estremamente efficaci, duplica infatti l'istallazione del Conservatorio ateniese, di banchi di scuola e alte tele disegnate in modo infantile e "primitivo" a pastelli e matite, in ovvio dialogo con i quaderni degli alunni che si trovano nei banchi; inoltre anche lei "come altri artisti invitati a questa 14a edizione di Documenta, ha citato la poetica del frammento da cui l'arte è ripartita da zero alla fine del '900 con i maestri del concettuale. Citare il "frammento" però significa già iniziare la ricostruzione e da un diverso e nuovo grado di consapevolezza. Daniel Knorr, ad esempio, ha mandato a raccogliere frammenti di spazzatura per le vie di Atene e li ha sublimati inserendoli "tout court" in una serie numerata e firmata di "libri" contenitori. L'operazione si è ancor più concretizzata con l'utilizzo del ricavato della vendita di detti "libri" per generare il "fil di fumo" dalla torretta del Museo Fridericiano di Kassel. Pelagie Gbaguidi, artista "regina" senegalese, ha invece mandato degli studenti a raccogliere, a Kassel, dei frammenti di residui di demolizioni edilizie (ceramiche, piastrelle, vetri, pezzi di mattoni) e li ha sistemati (con un buon effetto straniante) in un contenitore rettangolare nella galleria vera e propria della "Neue Galerie". La ricostruzione per Pelagie Gbaguidi consiste nell'opera di decolonizzazione della sua Africa attraverso la scuola e la presa di coscienza da parte delle giovani generazioni. Ricostruzione che necessariamente deve partire dal grado zero e dunque dal frammento."[6] Ma se per un verso "la crisi politica e sociale fra Nord e Sud Europa è stata anche un riflesso di quella globale su cui gli artisti chiamati a partecipare a questa edizione hanno riflettuto: emigrazione, misure di censura culturale e crisi finanziarie sono state le tematiche portanti".[7] Dall'altro l'accostamento ed il canale del riappropriamento dei valori storici, quell'imparare da Atene insomma, sembra tutt'al più bilanciare il progetto artistico generale di **Adam Szymczyk** ma non compensarlo od integrarlo. Perciò abbiamo assistito nei vari luoghi dove era dislocata Documenta 14 - ben 35 in tutta Kassel - ad una sorta di patchwork curatoriale, culminante nel Federicianum, luogo di trasposizione di massa della produzione artistica greca corrispondente ai nostri periodi fra la fine degli anni '60 e gli inizi del nuovo millennio. Si tratta in effetti della collezione dell'EMST, il museo nazionale di arte contemporanea della capitale greca. Un omaggio notevole ma anche una sorta di "revisionismo" anacronistico, sempre a mio modesto parere. "Titolo della mostra è *ANTIDORON* che letteralmente significa "il ritorno di un dono" (o di un prestito), riferimento non solo al ritorno di un prestito finanziario, ma anche – e soprattutto – ad uno culturale e linguistico. Dalle 180 opere degli 82 artisti dislocate sui quattro livelli dell'edificio difficilmente emergono chiaramente le tematiche esistenziali, culturali e di memoria collettiva che sono nel progetto principale della curatrice – e direttrice dell'EMST – Katerina Koskina"[8]. Ma parliamo anche del feed back generale, a pelle e di ciò che ci è rimasto di 5 giorni vissuti pericolosamente fra book-shop, opere, video, cambi di treni, autobus, giardini e bistrot. E lunghe camminate chiaramente. Un viaggio ed un percorso anche didattico poiché, l'avevo solo accennato, la partecipazione a questa edizione della rassegna

"C'è molto colonialismo, modernismo, avanguardie, "nazismo", sessismo, diversità, trasformismo, violenza, mostruosità, letteratura"

quinquennale l'abbiamo organizzata ed ideata con un gruppo di studenti e l'esperienza ricavata, al di là dei testi con i quali alcuni di loro hanno voluto contribuire in questo articolo, è stata sicuramente di crescita e di capacità critica, di scoperta. Molto spesso "l'opera" si presentava attraverso chiavi di accesso e di lettura che andavano mediate dal punto di vista sociale, linguistico, storico o tecnologico. Questo per Kassel quanto per Munster. Una sfida per loro, credo (ed anche per me). Come una sfida era la disperata ricerca di dove poter sfangare il brunch mattutino per affrontare il tour giornaliero in una Kassel sempre più innestata sul turismo "artistico". Da Alex, "*eat no limits*" e bevanda inclusa, con 10,00€ (circa, se non ricordo male). Città che in quest'edizione, e non era mai successo, mi ha ricordato il clima veneziano. La mia prima volta fu nel '92 a guida Jan Hoet, che ci ha lasciato alcuni anni fa. Ideatore delle "Chambres d'amie" negli anni '80, dove lo spazio-museo dell'arte diventava domestico e obbligava il privato cittadino ad doversene occupare.**9** Decontestualizzando al contempo appunto proprio l'aurea museale e della Galleria. Così come diversi anni or sono allo SMACK di Gent, Daniel Buren ha riproposto al contrario l'allestimento dello spazio privato nel museo. Quell'edizione, per tornare a Documenta IX, fu probabilmente l'ultima dedicata alle poetiche pittoriche e visive, concettualista e poverista, istallativa e performativa quanto basta, non ancora immersa nelle dinamiche politico-sociali e ancora senza lo strapotere video, mediale e digitale che già nella seguente edizione del '97 inizierà a farsi sentire dando una delle chiavi di lettura e di "aggiornamento" in prospettiva nuovo millennio. Ricordo lo sguardo emozionato (avevo terminato gli studi accademici da un paio d'anni) di fronte ai lavori di Calzolari e di Mereles. O l'allestimento di J. Kosuth, su i due livelli dei corridoi finestrati della Neue Galerie, se non sbaglio, i *Passagen-werk (Documenta Flanerie)* **10**. Programmaticamente di derivazione benjaminiana e a cui **Deborah Ellen Zafman** dell'Università di Barkley dedicò uno scritto nel 1994. Di grande effetto e raffinatezza, sebbene davano la sensazione di una specie di necrologio. Ma evidentemente sarebbero tanti altri da nominare fra i partecipanti di quell'edizione. Torniamo invece ad oggi, in una Kassel, una città (Polis), che da l'idea di essere sempre più immersa nel business artistico (come accennavo) e che forse si è allineata a certe modalità tipo Biennale. E' bello pensare però che un luogo urbano e politicamente organizzato possa funzionare da spazio polifunzionale imperniato sull'evento. Creare percorsi e luoghi d'esperienza, d'apprendimento, di critica e di riflessione. Siamo di nuovo sulla Friedrichsplatz, ci siamo rimpizzati da Alex, superato il Partenone, ignorato il Fredericianum e ad una sorta di bivio - quello stesso da cui eravamo arrivati venendo dal Palais Bellevue, dalla Neue Galerie e poi ancora dal Grimmwelt con la Weinberg-Terrassen - in cui decidere se entrare nella Documenta-Halle, discendere invece direttamente per il parco ed arrivare all'Orangerie o riprendere la strada della Shoene Aussicht. Ma qui troviamo un altro lavoro di cui vorrei parlare, si tratta dell'istallazione di Hiwa K *"When We Were Exhaling Images"* " realizzata "con tubi in argilla vetrificata, travi laminate, mobili e oggetti, in collaborazione con il Diplom Degree Program in Product Design [*di cui è responsabile il*] Prof. Jakob Gebert (Kunsthochschule Kassel)"**11**. Li definirei dei moduli abitativi per clochar culturalmente engagè. "La struttura tubolare dell'artista del Kurdistan iracheno [*impegnato nello stesso periodo di Documenta a Berlino in una personale presso il KW Institute fur Contemporary Art*] è composta da 20 tubi di fognatura e contempla una dimensione partecipativa e un approccio collettivo esortando

gli osservatori ad avventurarsi nelle tubature, ognuna delle quali comprendeva un aspetto della vita domestica"**12**. Troviamo camerette da letto, sale lettura, toilette, balconcini con tanto di fiori. Al di là della sorpresa ideativa vi è chiaramente la metafora della precarietà a fianco di una ricerca quasi sul campo che l'artista conduce poiché "la struttura sembra servire da rifugio esplicito per coloro che vivono senza fissa dimora, che spesso usano la fogna come una casa di transizione. Gli habitat tubolari di Hiwa K portano in primo piano l'esistenza dei così detti *Gutter-punk*"**13** sorta di classe sociale nell'ambito della cultura punk, appunto, senza fissa dimora. A. Szymczyk lo descrive come un "*realista sociale, che si occupa di reiventare la realtà trovata*". Quindi ritornati dal Westpavillion entriamo in un altro microcosmo che è la Documenta Halle di quest'edizione. Però forse vorrei lasciare spazio anche ad alcuni interventi dei ragazzi e non dilungarmi troppo. Ben consapevole di non voler/poter dare, con questo scritto, una visione esaustiva della 14° edizione artistica in terra teutonica e di non potermi concedere ulteriori focus su eventuali altri nomi che avrei inserito sia tra i già acclamati o addirittura storicizzati sia tra i meno noti ma di grande interesse a mio avviso (come ad esempio Mary Zygouri, Rebecca Belmore, Lorenza Böttner, Marie Cool / Fabio Balducci, Alvin Lucier, Aboubakar Fofana, Annie Vigier / Franck Apertet, Olivier Ressier, Roee Rosen, Moyra Davey, Costas Varotsos, etc..). Ne aprire approfondimenti conclusivi o addirittura in chiave negativa come secondo me nell'approdo nella Neue Neue Galerie dove, nella mega-ambientazione post-moderna, emergono punti forti e i limiti di questa edizione e dei sui intenti. Come la mastodontica installazione di Theo Eshetu, visivamente retorica e testimonianza di un problema di linguaggio e di significati, dei quali abbiamo estrema necessità di riappropriarci, di fondamentali da rifondare nell'urto con la "Libertà" dei mercati e la fluidità spazio-temporale. A parziale conclusione di questa sezione citerei la vera

sorpresa: la coppia Prinz / Gholam. Attori e video artisti. Ma anche raffinati disegnatori. Sebbene non facile relazionare e relazionarsi al loro lavoro non posso non evidenziare l'operazione di "mimesi" che compiono attraverso l'azione, il movimento e la teatralizzazione, anche in rapporto al luogo dove scelgono di riprendere le scene, che diventano dei video, pertinenti assolutamente al contesto. Da vedersi più che parlarne, di cosa si tratta? I titoli spesso sono indicativi, attraverso lavori come "*Speaking of Pictures*", video che documenta la performance in Lutherplatz a Kassel o "*My Sweet Country*", svoltasi all'Antica Agorà di Atene (Odeon di Agrippa), e possiamo dire che "l'impegno performativo di Prinz Gholam è una pratica a lungo termine [*e cioè quella*] di incorporare forme di realizzazione appropriate e interiorizzate nel nostro mondo. In un ambiente urbano grezzo esplorano un allargamento spaziale e contestuale, condizionando un cambiamento nella loro interpretazione del materiale visivo accumulato. Gli epitaffi del diciannovesimo secolo e le stele gravi e inclinate di Lutherplatz incanalano ancora difficilmente la loro percezione su un sito neo-gotico e romantico già esistente. Nell'ambito di questo contesto storico, i corpi contemporanei di Prinz Gholam eseguono un repertorio di immagini corporee e mettono a nudo innumerevoli gradi di comportamento manifestati da loro così come da quelli che coincidono e deliberatamente convivono in questo ambiente urbano"**14**. In effetti interpretano "un metodo per incorporare costellazioni corporee interiorizzate da dipinti, sculture e fotografie storiche. La loro esibizione *My Sweet Country* prende le sue fonti da Delacroix stesso, come dal testo di Michel Butor su Delacroix, dal linguaggio pittorico di Nelly e dagli ambivalenti codici arcadici di Wilhelm von Plüschow, per nominarne solo alcuni"**15**. Dunque mimano ciò che accade o potrebbe accadere a partire da un'opera esistente in relazione ad un determinato luogo esistente. Una sorta di arte

aumentata senza supporto tecnologico. E poi resta da dire della splendida giornata trascorsa a Munster. Tutt'altro luogo. Tutt'altro *à-plombe*.. Skulptur Projekte è la manifestazione più attesa per chi nell'arte contemporanea si interessa di scultura e spazio pubblico. Fondata nel 1977 dal celebre ed ancora attuale curatore Kasper König si prefigge principalmente di far interagire le opere con il territorio urbano, aperto o chiuso che sia. Perciò incontriamo subito le precedenti presenze (ricordo che si svolge ogni 10 anni, dunque l'ultima nel 2007) e al contempo scopriamo che in questa edizione ci si avvale moltissimo di istallazioni e video-istallazioni. Ma la presenza è molto ponderata e ciascun intervento integrato o addirittura mimetizzato con l'ambiente. Siamo tutti più rilassati oggi. E' la classica cittadina tedesca perfetta, pulitissima, tutti in bicicletta e servizi funzionanti alla meraviglia! Abbiamo modo di scoprire che diverse opere sono dislocate fra luoghi privati e spazi pubblici. Ma sostanzialmente il fulcro è il LWL Museum fur Kunst und Kultur di Munster, dove Cosima von Bonin e Tom Burr, sulla piazza antistante uno degli ingressi, collocano "*Benz, Bonin, Burr*" un camion da rimorchio articolato con sopra una cassa da trasporto in legno, non a caso li è presente da poco, in via transitoria, una scultura di Henry Moore formalmente inequivocabile è dunque il collegamento da farsi riguarda l'operare stesso della scultura nel pubblico. Altre due cose degne di particolare attenzione sono una l'istallazione nell'atrio del Palazzo vecchio del Kunstverein (LWL) da parte di Michael Dean "Il candidato al premio Turner 2016, ha avvolto con fogli di plastica semitrasparenti lo spazio quadrato, creando una stanza all'interno di una stanza. Usando gli spioncini [*semplici fori nella plastica*], i visitatori possono guardare le sculture all'interno della stanza. Per entrare nell'atrio, devi fare una passeggiata per le sale storiche. Michael Dean ha utilizzato materiali dalle strade, come rifiuti, plastica e cemento, per creare un'installazione attorno a un sistema semiotico astratto"[16]. Come non notare su in alto i resti di una precedente "occupazione" da parte di un'artista inglese che apprezzo molto come Rachel Whiteread, con i negativi monocromi, tratti da calchi di librerie. Dell'altro intervento che avrei voluto evidenziare ne lascio parlare Giacomo. Ed a seguire gli altri interventi scritti. Mi congedo ricordando che vi è on line un video in inglese riguardo la manifestazione di Munster: https://www.artribune.com/television/2017/06/video-skulptur-projekte-munster-2017-arte-scultura-mostre/

NOTE al testo

1 nota locuzione attribuibile ad un ben noto politico italiano (n.d.s.)
2 (Atene 08.04.2017-16.07.2017 /Kassel (10.06.2017-17.09.2017)
3 Tess Edmonson (Traduzione dall'inglese di Vincenzo Di Rosa) flashartonline.it 28 settembre 2017
4 Micaela Deiana, edizione online, 11 aprile 2017 Giornale dell'Arte on-line
5 https://afasiaarchzine.com/2017/07/maria-eichhorn-2/
6 http://artestetica.org/news/leggi/873/pelagie-gbaguidi-e-i-frammenti
7 Francesca Della Ventura, da Finestra dell'Arte on-line, 17/08/2017
8 ibidem
9 nel mio piccolo gli ho reso omaggio organizzando con Alberto D'Amico nel 2013 Bâtiment d'Amie, Presso lo Studio campo Boario, una esposizione che occupava parte di una palazzina, appartamenti e scale con annessi giardino, cantine e terrazze.
10 I "passages" de Paris di W. Benjamin sono un riferimento chiaro nell'istallazione di J. Kosuth ribadito dal riferimento alla Flanerie,
11 https://cfileonline.org/exhibition-tubular-living-in-hiwa-ks-when-we-were-exhaling/
12 ibidem
13 ibidem
14 https://www.documenta14.de/en/artists/13707/prinz-gholam
15 ibidem
16 https://documentor.com.au/portfolio/skulptur-projekte-2017-michael-dean/

BIBLIO-WEB

http://www.ilgiornaledellarte.com/articoli/2017/4/127612.html
http://www.flashartonline.it/2017/09/learning-from-athens-documenta-14-kassel/
http://www.ilsole24ore.com/art/arteconomy/2017-04-01/skulptur-projekte-munster-arte-pubblica-era-digitale-095312.shtml?uuid=AEatOjx&refresh_ce=1
https://www.finestresullarte.info/730n_documenta14-kassel-recensione-mostra-critica-contestazione-politica.php
http://www.artribune.com/arti-visive/arte-contemporanea/2017/06/documenta-kassel-editoriale-renato-barilli/

DOCUMENTA 14 - KASSEL e SKULPTUR PROJEKTE-MÜNSTER
di Giacomo Mafrici

Ciò che mi colpisce delle manifestazioni artistiche come Documenta è lo spostarsi di luogo in luogo, alla ricerca degli spazi d'esposizione. Questa sensazione di viaggio è ancora più evidente a Münster, per lo Skulptur Projekte, evento in cui delle sculture e installazioni si trovano all'interno dell'ambiente urbano. Qui, tra gli artisti più intriganti, c'è innanzitutto Gregory Schneider, artista che realizza degli interventi architetturali. L'opera in questione consiste in due cupi appartamenti identici tra loro, creando in chi vi entra un forte senso di smarrimento e confusione. Infine CAMP, un gruppo di artisti e attori che hanno presentato "Matrix", un insieme di lavori realizzati con monitor e altoparlanti. Un lavoro in particolare attira l'attenzione, lungo la strada si vede una donna mostrare dei cartelli dietro una finestra di un edificio. Tra le scritte dei cartelli, spicca "kein mensch ist illegal", cioè "nessun uomo è illegale", e altre affermazioni di denuncia della xenofobia sempre più diffusa in Europa. Anche a Documenta 14 ho notato dei riferimenti alla paura del diverso, soprattutto in "The dust channel", di Roee Rosen. È un cortometraggio, esposto a Palais Bellevue, che mostra la folle ossessione di una coppia per la pulizia, che finisce in un perverso sfogo sessuale dei personaggi. All'improvviso, viene cambiato canale e inizia uno zapping tra pubblicità di aspirapolveri, gente che si masturba e report giornalistici sul tema della xenofobia e il Medio Oriente. Rosen crea quindi un parallelo tra la polvere e la sabbia del deserto, affrontando un tema delicato come questo con forza e un'ironia intelligente. Nella Neue Galerie si trova un po' di tutto: opere troppo differenti e che spesso non hanno niente in comune. Qui c'è anche un quadro di Richter, lavori di Maria Lai e opere incentrate sulla documentazione, come quello di Maria Eichhorn. Un'altra opera video interessante è invece quella di George Drivas, intitolata, "Empirical data", incentrata sui rapporti sociali. C'è anche un'opera di Bill Viola –bella, ma monotona-, al quale si ispira spudoratamente "Portraits" di Costas Tsoclis. Alla Neue Neue Galerie, è degno di nota, "Lighting wall", di Maria Hassabi, una serie di fari –alcuni accesi, altri spenti- davanti al quale il pubblico può immergersi nella luce. Immancabile, infine, Ibrahim Mahama e l'edificio ricoperto di sacchi di juta.

Learning from Athens
di Elena Boni

Il grado di impegno critico che ha caratterizzato questa quattordicesima edizione di Documenta era già intuibile dal titolo: lo sdoppiamento della sede ha fornito, infatti, un richiamo per gli artisti a ragionare sui difficili rapporti tra il Nord e il Sud Europa e sulla crisi globale. Visitando la rassegna ho potuto constatare quanto sia difficile per l'arte interrogare il proprio tempo senza scadere nella didascalicità o nell'ermeticità: cercare un equilibrio tra l'osare un giudizio e il semplice sfiorare tematiche complesse. Tra gli artisti che hanno raccolto questa sfida ho apprezzato in particolar modo Ibrahim Mahama che, con la sua *Check Point Sekondi Loco*, ha letteralmente fasciato il Torwache di Kassel con dei sacchi di iuta (cuciti insieme in una precedente performance), e Regina José Galindo la quale, nel video *La Sombra*, si ritrae correre all'infinito in cerchio, inseguita da un carro armato. Pur nella diversità dei temi e delle modalità operative –la riconfigurazione dello spazio nel primo, l'azione esemplare nella seconda- entrambi gli interventi risultano di forte impatto e richiamano la necessità di un dissenso attivo contro drammi appartenenti tanto alla contemporaneità quanto all'eterno ripetersi della Storia.

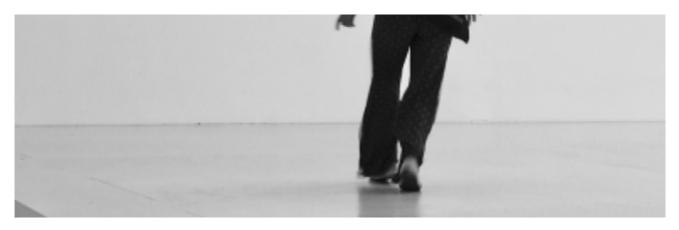
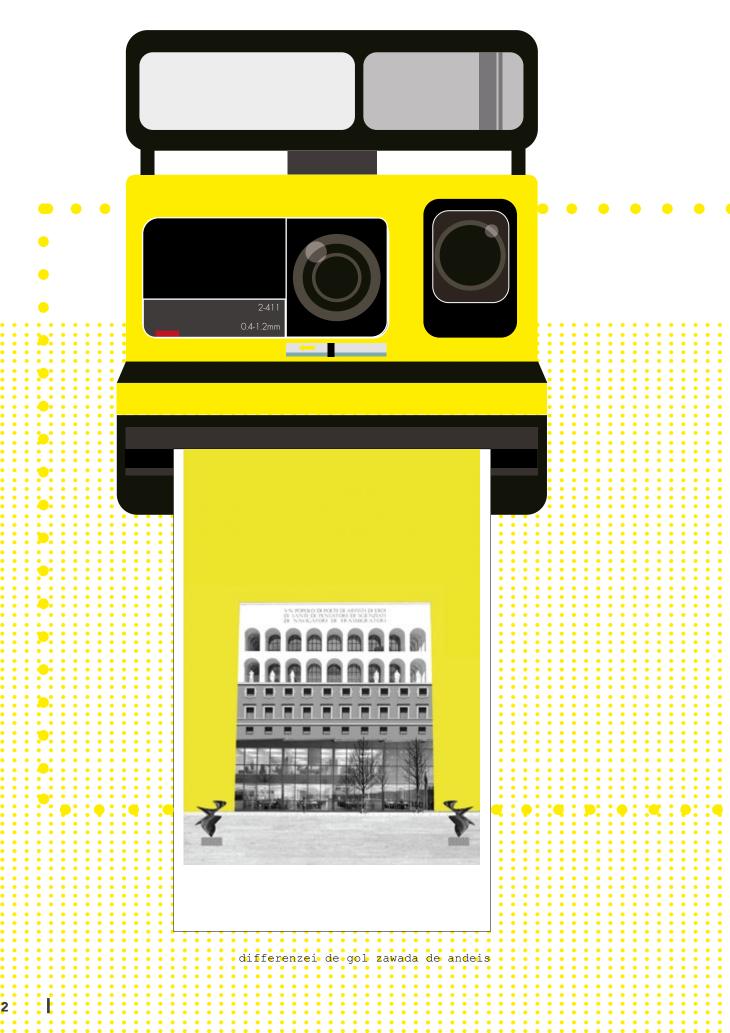
Gong Documenta 14
di Gianmarco Savioli

L'ateniese Panayotis Vassilakis, noto come Takis, è l'autore dell'opera "Gong", datata 1978. La sua ricerca si fonda sul divario tra arte e scienza, esplorando nuovi territori estetici e creando opere tridimensionali che incorporano energie invisibili, introducendo così un quarto elemento attivo. Quando stavo visitando per la prima volta gli spazi di Documenta 14 mi sono imbattuto nella visione dell'opera sopra citata, una lastra metallica di quasi cinque metri collegata ad un magnete. A mio parere spiccava tra le altre, si imponeva con estrema facilità, senza prepotenza, era viva nello spazio, nella sua semplicità. Non voglio addentrarmi però in una descrizione di significati e intenti oggettivi, ma concentrarmi sulle mie sensazioni, le mie impressioni. La sua presenza mi ha estraniato dal resto, eravamo io e l'opera, niente più, mi sono sentito trascinato in un turbine tiepido di energia continua, un moto quasi inarrestabile. Ne sono uscito cambiato, alternando mentalmente momenti di leggerezza ad attimi di estrema pesantezza, un'intermittenza che si ripeteva nel magnete che si attivava e si scagliava contro la lastra di metallo. L'urto generava un forte rumore, un suono imperante che fermava il tempo, evocativo, una richiamo all'attenzione. Come in un luogo sacro i suoni richiamavano alla contemplazione, quasi alla preghiera, un'interruzione della distrazione quotidiana. Si avvertiva un obbligo alla concentrazione verso se stessi e successivamente all'opera, una sorta di venerazione incondizionata. Mi sono reso conto ancora una volta della potenza dell'arte, della sua potenza persuasiva che non concede libertà di scelta, ti cattura e ti inghiotte, per poi sputarti e lasciarti di nuovo alla tua vita. Ti costringe a seguire un percorso obbligato di emozioni senza meta, lasciando a te il libero arbitrio di riflettere, e con un quesito da porsi: "ed ora?".

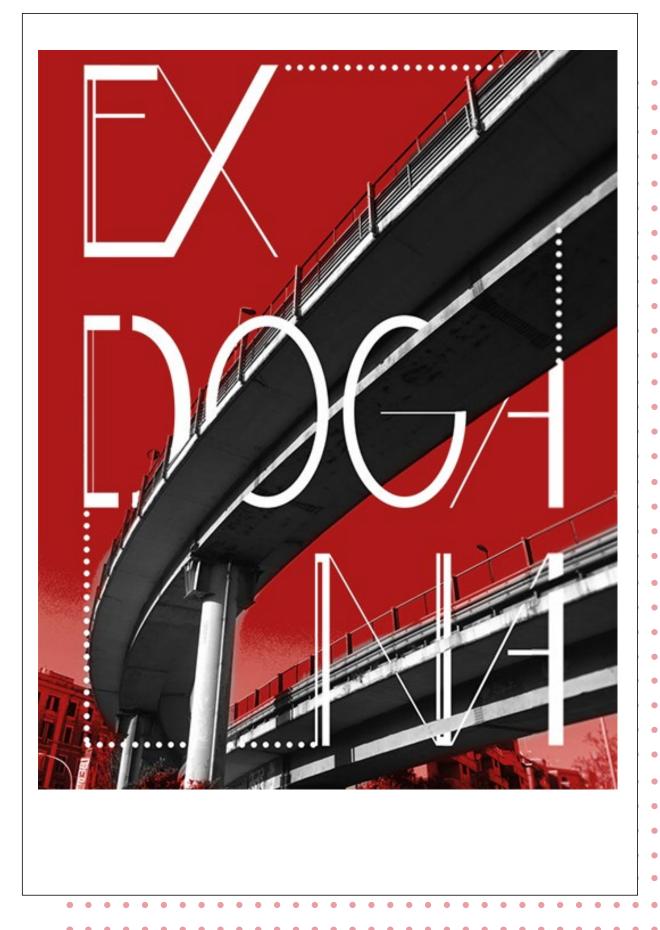
Scène à l'italienne
Uno spazio indeterminato come rinuncia a qualsiasi intenzione

di Angelica Speroni

Annie Vigier & Franck Apertet (les gens d'*Uterpan*) presentano un'opera che si esaurisce in uno spazio vuoto. Hanno delimitato uno spazio, propriamente un pavimento, nel padiglione Documenta Halle, definendolo *spazio sacro*, specificando che non avrebbe dovuto ospitare *performances* ma situazioni effimere e spontanee. In fondo una sola intenzione rimane, e questa è l'opera: permettere alle persone di fare un'esperienza artistica che si configuri come *evento*. Si è discusso a lungo sulla possibilità che la perdita del confine tra opera e vita determini il rischio per l'arte di essere confusa con l'indeterminatezza del contingente quotidiano. Ma proprio questo rischio ha permesso la reazione degli artisti che hanno reinventato il modo di interrogare la vita, accettandone tutte le conseguenze. I due artisti francesi hanno scelto di correre il rischio. Ma l'arte è ancora un rischio per lo spettatore, per l'uomo? Se egli non riesce più a comprendere l'arte, non può far altro che percepirla conciliante e impiegarla come agente estetizzante di oggetti che non hanno alcun bisogno di essere estetizzati; insomma relegarla ad assumere un ruolo ancillare rispetto alla tecnologia. L'arte così non sarebbe più riconosciuta come un'anomalia, un'azione pericolosa. Eppure rimane pericolosa perché sonda l'autentico, sapendo di non poter mai avere una risposta conclusiva, perché dimostra che è possibile accedere alla verità percorrendo una via alternativa alla scienza, una via che non spiega con il linguaggio razionale ma rende partecipi della verità. Più gli artisti vanno a fondo nella ricerca più l'arte si allontana dall'uomo. O è l'uomo che si sta distaccando dall'arte? È l'uomo che si è perso in una società capitalista e materialista, anestetizzato dalla massa, e non capisce più la vita? L'uomo è ancora capace di avvertire l'urto emotivo? L'arte ha ancora la capacità di rendere l'uomo consapevole di vivere in un sistema? Infine, c'è ancora la possibilità che l'uomo accolga il rischio di farsi coinvolgere dalla via dell'arte, superando l'*impasse* più importante della propria vita? Che l'uomo continui a portarsi fino al suo stesso limite, mettendosi in discussione, interrogandosi incessantemente sull'arte e accettando la possibilità di un naufragio, è la speranza che l'arte sia ancora un rischio. La speranza è nella vita, nel vuoto, nella rinuncia all'intenzione. E il rischio ci sarà finché ci saranno gli artisti, oggi c'è, affisso a grandi lettere sul cartello "esplicativo" di *Scène à l'italienne*: «Enter the artwork at your own risk».

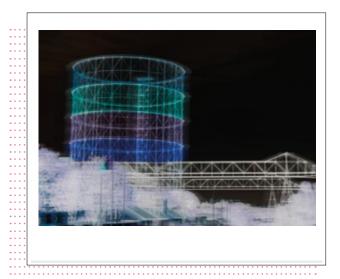
differenzei de gol zawada de andeis

ON/OFF CITY

di Rocco Converti

Il contributo intende tracciare un bilancio provvisorio di una esperienza didattica e di ricerca collettiva tuttora in corso, condotta sullo spazio urbano attraverso la sperimentazione delle tecnologie digitali di rappresentazione, descrivendone premesse, modalità, contenuti e risultati anche con la finalità di individuare, nella prefigurazione di scenari possibili, una nuova frontiera per la didattica nell'ambito della formazione artistica.
I risultati raggiunti dalla sperimentazione condotta denotano un senso di smarrimento nei confronti di possibili scenari distopici riconducibili al modello di sviluppo socio-culturale attualmente egemone in cui il sogno accelerazionista dell'automazione di massa pianificata potrebbe facilmente trasformarsi in un incubo globale dalle conseguenze catastrofiche.La città è intesa come metafora della rappresentazione spaziale diffusa della globalizzazione in cui i movimenti di popolazioni, uniti all'avvento dell'istantaneità nella comunicazione, contribuiscono a sviluppare una nuova urbanizzazione fondata su una forma di mobilità "surmoderna" come afferma Marc Augé.
La città ufficialmente si trasforma secondo le logiche del restyling e del lusso promuovendo un'immagine essenzialmente concepita per l'esterno, per attirare capitali, investimenti, turismo ma contemporaneamente si estende e si disloca geograficamente producendo nuove centralità e nuove marginalità.
Marc Augé basandosi sul concetto di luogo antropologico, inteso come spazio con una storia e un significato in cui si sviluppano scambi e relazioni, crea una delle definizioni più appropriate per rappresentare queste nuove polarità urbane: nonluoghi.

■ Ex Dogana Chang Gao

I nonluoghi, ovvero aeroporti, stazioni, autostrade, centri commerciali, mezzi di trasporto, nei quali ogni individuo ricrea istante per istante la propria psicogeografia, caratterizzano l'attuale fase storica che Augé definisce surmodernité, ma sono spazi che non creano identità né singola né relazionale, in cui le persone si incrociano ma non si incontrano e non stabiliscono relazioni, moltiplicando individualismo e solitudine.
La modernità conteneva un progetto di costruzione sociale e una promessa di felicità con l'obiettivo di ricondurre alla ragione il caos del mondo.
Il fallimento del progetto della modernità e il conseguente crollo delle ideologie hanno determinato l'allontanamento dei singoli dalle comunità e la formazione di uno scenario di incertezza e individualismo estremo dal quale non emerge una missione comune da compiere e nel quale l'unico denominatore comune e caratterizzante è rappresentato dall'essere consumatori.
"Abbandonate ogni speranza di totalità, futura come passata, voi che entrate nel mondo della modernità liquida": con questo monito Bauman descrive in "Modernità liquida" la mercificazione e l'alienazione delle esistenze disperse in un territorio incerto abitato da consumatori omologati.
Gli individui, privati della possibilità di programmare il proprio tempo esistenziale e dispersi in un territorio di incertezza sul futuro che incombe, riducono le proprie azioni ad atti di consumo effimero che, dal punto di vista di chi detiene interessi di mercato, non devono assorbire troppo tempo affinché le attenzioni dei consumatori siano costantemente rivolte verso nuovi beni in arrivo.
Il processo del consumo continua a riprodursi ciclicamente dovendo peraltro sottostare a ritmi intensi di partecipazione che impediscono di cercare soluzioni alternative a quelle offerte dal mercato e condannano gli individui a una condizione di continuo senso di inadeguatezza e insoddisfazione.
Bauman nel saggio Homo consumens afferma che «nella società di consumi della moderna liquidità, lo sciame tende a sostituire il gruppo, con i suoi leader, le gerarchie l'ordine di beccata. Lo sciame può fare a meno di tutti questi meccanismi e accorgimenti. Gli sciami (...) si radunano e si disperdono a seconda dell'occasione, spinti da cause effimere e attratti da obiettivi mutevoli. Il potere di seduzione di obiettivi mutevoli è generalmente sufficiente a coordinare i loro movimenti rendendo superfluo ogni ordine dall'alto. In verità, gli sciami non hanno un "alto", ma solo una direzione di fuga che in se stessa determina la posizione dei leader e dei seguaci per la durata di quella traiettoria, o almeno per una sua parte. Gli sciami non sono squadre: non conoscono la divisione del lavoro. A differenza dei gruppi veri e propri non sono più dell'unità delle loro parti, sono particelle autopropellenti. Possiamo paragonarli alle immagini di Warhol: repliche di un originale assente o impossibile da rintracciare.(...) Nello sciame non c'è né scambio, né cooperazione, né complementarità, solo prossimità fisica e una generale direzione di movimento. (...) Le società di consumatori tendono verso la disgregazione dei gruppi a vantaggio della formazione di sciami perché il consumo è un'attività solitaria (è perfino l'archetipo della solitudine) anche quando avviene in compagnia. Essa non stimola la formazione di legami durevoli, ma solo di legami che durano il tempo dell'atto di consumo. Questi legami possono mantenere unito lo sciame per la durata del volo (cioè, fino al prossimo cambio di obiettivo), ma rimangono del tutto occasionali e superficiali: non hanno alcuna influenza sui movimenti futuri dello sciame e non proiettano alcuna luce sul passato dei suoi componenti".Esiste inoltre una seconda città che non è possibile gestire attraverso gli strumenti e le metodologie della pianificazione urbanistica classica: è la città online in continua e istantanea trasformazione.
Nelle società occidentalizzate gli individui trascorrono mediamente sette ore e mezzo al giorno davanti a schermi di vari dispositivi tecnologici e le nostre esistenze sono divise e fram -

MIXOFOBIA E MIXOFILIA COESISTONO NON SOLO IN OGNI CITTÀ MA ANCHE IN OGNI CITTADINO. CHIARAMENTE SI TRATTA DI UNA COESISTENZA SCOMODA, PIENA DI FRASTUONO, DI COLLERA, NON DI MENO MOLTO SIGNIFICATIVA (...) L'ARTE DI VIVERE PACIFICAMENTE E FELICEMENTE CON LE DIFFERENZE, E DI TRARRE VANTAGGIO DA QUESTA VARIETÀ DI STIMOLI E DI OPPORTUNITÀ, STA DIVENTANDO LA PIÙ IMPORTANTE TRA LE CAPACITÀ CHE UN CITTADINO HA BISOGNO DI IMPARARE ED ESERCITARE"

nonluoghi Giulia Saetta/Federico Pavano

mentate tra due realtà: l'universo online e l'universo offline disciplinati da regole e modalità estremamente diverse.
La diffusione di una rete sempre più estesa di protesi tecnologiche induce a reinterpretare le eventuali relazioni tra esseri umani e il loro possibile rapporto con l'ecosistema globale, nonché a rileggere e ridisegnare lo spazio antropico secondo modalità completamente nuove: uno spazio relazionale e fluido in cui gli attori potrebbero attuare processi di gestione diretta delle sue potenzialità e risorse.
Luce, colore e materia subiscono un processo di compressione nello spazio dello schermo, luogo di ingresso della connettività, inteso come «quadro di proiezione di immagini instabili» e come «superficie-limite» di accesso cognitivo e sensoriale ad un sistema di spazialità in divenire determinato dalla mutua interazione tra corpi, spazi ed eventi come afferma Paul Virilio nel suo "Lo spazio critico" e il processo liquefazione del reale indotto dalle tecnologie informatiche va inteso nel senso di una ricerca dell'essenza oltre l'apparenza del sensibile, un sistema di spazialità in divenire determinato dalla mutua interazione tra corpi, spazi ed eventi come afferma Paul Virilio nel suo "Lo spazio critico" e il processo liquefazione del reale indotto dalle tecnologie informatiche va inteso nel senso di una ricerca dell'essenza oltre l'apparenza del sensibile, procedendo dall'oggetto al suo concetto e dalla materia all'immaterialità.
In tale processo si definiscono zone di interfaccia tra luce, colore, materia e informazione, in cui la continuità elettromagnetica, superando la separazione fisica e temporale tra cose ed eventi, determina la riorganizzazione del rapporto tra la mente e la realtà, predisponendo e mettendo in scena una spazialità altra, un territorio mutevole e relazionale generato dall'ibridazione tra immagini reali e immagini di sintesi e producendo una realtà terza in cui il totale è superiore alla somma delle parti.
Contemporaneamente però nei nuovi media si annida anche il rischio di essere nuovi strumenti di emarginazione sociale in quanto l'espansione della connettività produce una forma di connessione permanente, che riducendo le possibilità di interazione fisica tra gli individui, prefigura una nuova forma di solitudine, quella dei "solitari interconnessi" come li definisce Bauman in "Babel".
Nelle società contemporanee, sempre più frammentate e individualiste, il tempo trascorso online, ma in solitudine, diviene esponenzialmente maggiore e la presenza costante nella nuova agorà pubblica rappresentata da internet trasforma la nostra identità e le nostre relazioni interpersonali.
La connessione permanente ci conferma la presenza nel mondo, dissolvendo la paura dell'emarginazione e dell'esclusione e garantendo la sicurezza di non essere più soli, ma al senso di appartenenza ad una comunità reale si sostituisce il senso di appartenenza ad una rete che rappresenta un'estensione della propria identità mutevole.
Sempre in "Babel" Bauman sostiene che "(...) le reti sociali offrono un modo più economico, più rapido, più completo e molto più facile di qualunque strumento tradizionale di vigilanza per individuare e localizzare i potenziali ed effettivi dissidenti. (...) la sorveglianza attraverso le reti sociali è resa molto più efficace grazie alla collaborazione di quelli che ne sono gli oggetti e le vittime...Noi viviamo in una società della confessione, che promuove l'autoesposizione pubblica al rango di principale e più facilmente disponibile (...) prova di esistenza sociale. Milioni di utenti di Facebook si fanno concorrenza fra loro per rivelare e mettere in piazza gli aspetti più intimi e altrimenti inaccessibili della loro identità, i loro collegamenti sociali, i loro pensieri, i loro sentimenti e le loro attività. I social network sono campi di una forma di sorveglianza volontaria,

LE RETI SOCIALI OFFRONO UN MODO PIÙ ECONOMICO, PIÙ RAPIDO, PIÙ COMPLETO E MOLTO PIÙ FACILE DI QUALUNQUE STRUMENTO TRADIZIONALE DI VIGILANZA PER INDIVIDUARE E LOCALIZZARE I POTENZIALI ED EFFETTIVI DISSIDENTI.

differenzei de gol zawada de andeis

fai-da-te, che battono agevolmente (sia per volume sia per i costi) le agenzie specializzate che si servono di professionisti dello spionaggio e delle indagini... Una vera manna, una fortuna piovuta dal cielo, per ogni dittatore e i suoi servizi segreti - e un eccellente complemento alle numerose istituzioni panoptiche della società democratica interessata a impedire che gli indesiderati e i non meritevoli (...) vengano ammessi per sbaglio o si infiltrino surrettiziamente nella nostra decorosa autoselezionata compagnia democratica".
In tutte le città del mondo globalizzato la popolazione è una somma di diaspore, di differenze etniche, religiose e di stili di vita in cui risulta impossibile tracciare linee di demarcazione nette all'interno delle comunità reali e virtuali.
Viviamo in uno scenario esposto ai populismi perché dominato da spinte contrastanti che agiscono in direzioni complesse, accomunate dal senso di indignazione generalizzato ma sostanzialmente prive di progetti, in cui mancano sia soluzioni univoche che soggetti sociali in grado di attuarle. Se da un lato viviamo immersi in un mondo iperconnesso, che ha teoricamente abolito il confine fisico e diffuso l'idea di un possibile benessere generalizzato, dall'altro tutte le previsioni prefi -

gurano nel 2050 un accentuarsi della disuguaglianza mondiale, dei cambiamenti climatici, delle guerre per la spartizione delle risorse naturali residue che causeranno un incremento delle migrazioni di individui.
I processi avviati produrranno un incremento dell'entropia a scala mondiale e, nonostante le contraddizioni evidenti nella globalizzazione, non potranno essere arrestati semplicemente pensando di retrocedere ad una fantomatica età dell'oro procedendo in una direzione antistorica.
In un momento della storia in cui si pensa di ricostruire muri che possano impedire il contatto con l'altro è necessario rielaborare il concetto di frontiera che indica la presenza possibile dell'altro come scrive Marc Augé nel saggio "Per una antropologia della mobilità":
"Oggi occorre ripensare la frontiera, questa realtà negata e continuamente riaffermata. (...) Occorre ripensare il concetto di frontiera per cercare di comprendere le contraddizioni che colpiscono la storia contemporanea.(...)
Le frontiere non si cancellano, si rintracciano. È ciò che ci insegna il meccanismo della conoscenza scientifica, che sposta le frontiere dell'ignoto. (...) La frontiera, in questo senso, ha sempre una dimensione temporale: è la forma dell'avvenire e, forse, della speranza".
Nel saggio "Fiducia e paura nella città" Bauman definisce come mixofobia, la tendenza al rifiuto di guardarsi profondamente l'uno dentro l'altro, persistendo nella posizione univoca di difesa del bene individuale, auspicando che si possa creare sempre più spazio per la mixofilia, che è invece il piacere della conoscenza delle differenze, moltiplicando così i momenti e i luoghi di condivisione pubblica: "Mixofobia e mixofilia coesistono non solo in ogni città ma anche in ogni cittadino. Chiaramente si tratta di una coesistenza scomoda, piena di frastuono, di collera, non di meno molto significativa (...) L'arte di vivere pacificamente e felicemente con le differenze, e di trarre vantaggio da questa varietà di stimoli e di opportunità, sta diventando la più importante tra le capacità che un cittadino ha bisogno di imparare ed esercitare".
Bauman auspica l'avvento di uno scenario globale aperto e interlocale in controtendenza rispetto all'attuale concezione dell'Internazionale neosovranista che propone il ritorno a confini rigidi e la costruzione di muri fisici e normativi, amplificando e strumentalizzando le paure derivanti dall'insicurezza generata dal neoliberismo esasperato attraverso l'imposizione di un ordine solo apparente. Solo una comunità di individui che riponga al centro della propria riflessione la complessità e le contraddizioni irrisolte delle società contemporanee potrebbe contrastare l'incremento delle diseguaglianze e la disumanità diventata atto normativo.
L'attuale assetto legislativo e normativo di regolamentazione delle trasformazioni del territorio urbano dovrà necessariamente potenziare le attuali fasi di confronto fra le parti coinvolte nei processi di trasformazione ambientale e contemporaneamente eliminare dalle procedure decisionali le possibilità di scelte unilaterali riducendo le possibili conflittualità sociali attraverso la condivisione delle scelte.
La città, intesa come espressione resiliente della comunità che ne fa parte, ha il ruolo di essere l'argine culturale, sociale e fisico al progetto antistorico neosovranista rappresentando il punto di ripartenza per la costruzione della civiltà del terzo millennio.
La sfida principale da affrontare è quindi rappresentata dal riconoscimento della diversità come valore aggiunto, ponendo al centro del proprio agire i bisogni dell'altro e avendo come obiettivo la sua integrazione in una società che non perde ma ritrova la sua identità attraverso lo sviluppo del senso di coesione e solidarietà che, al di là di ogni possibile violazione delle leggi costituzionali e dello stato di diritto, consenta di continuare ad affermare che "restiamo umani". ■

ILLUSTRAZIONE **LI DANHUI**

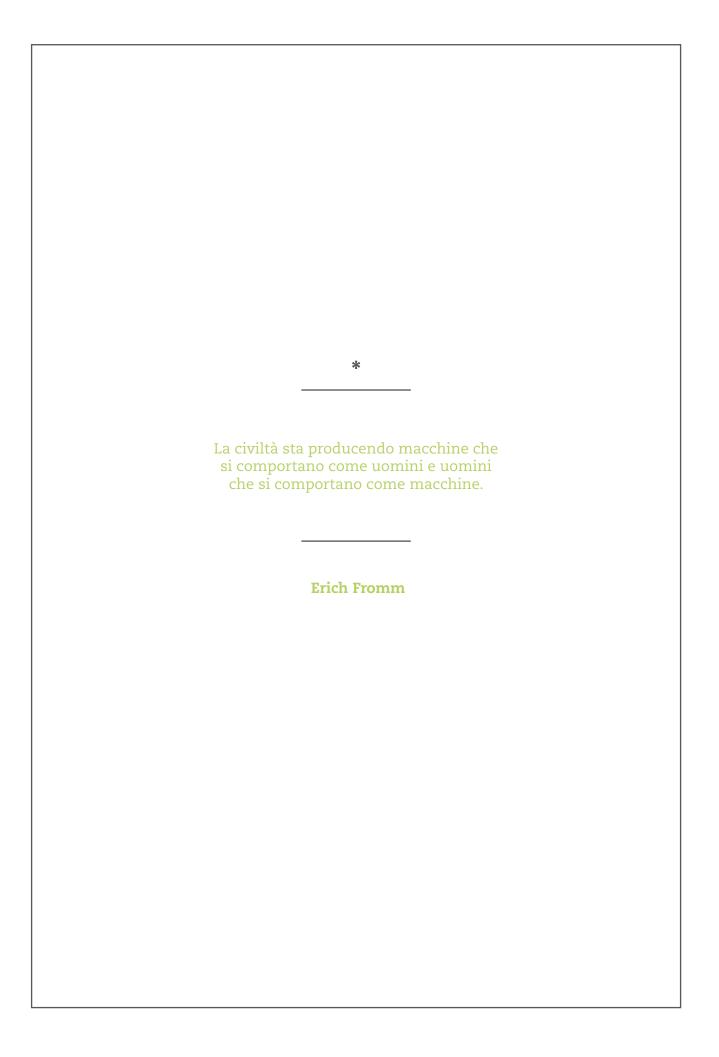
*

La civiltà sta producendo macchine che
si comportano come uomini e uomini
che si comportano come macchine.

Erich Fromm

Eventi

ILLUSTRAZIONE **ELENA LONGARINI**

*

Altaroma

a cura di Chiara Coppola

Sul calendario di Alta Roma quest'anno è stato inserito l'evento PRIVATE2, undici studenti del terzo anno del corso di primo livello e del biennio di secondo livello di Culture e tecnologie della moda dell'Accademia di Belle arti di Roma, presentano le loro collezioni durante l'evento della capitale che conclude il loro percorso didattico.
Giovani e determinati questi ragazzi ci portano in un mondo di introspezione, in un percorso di ricerca di se stessi e della propria identità più profonda. Il corpo vestito svela l'anima celata. Il confine da osservare è la passerella, che diventa la crepa dove si muovono idee, sentimenti e passioni che i ragazzi vogliono raccontare il loro mondo fatto di se stessi, di paure, sogni e ambizioni. Non mancano in questo mondo le loro ricerche personali, sui volumi e sui materiali, la cultura di fondo che si riscontra attraverso bellissime citazioni artistiche e anche messaggi senza tempo. Eleganza e stile svelano la natura e il lavoro che i ragazzi sono stati portati a fare non solo dal punto di vista manuale, ma su stessi.
Undici artisti, undici stilisti che non solo hanno appreso capacità tecniche superlative nei loro anni all'Accademia, ma con passione le hanno applicate ad un messaggio, un grido che arriva forte a chi ha la voglia di ascoltare. Nuove generazioni che raccontano di loro, della vita e del loro mondo, un mondo fatto di ansia per il futuro, tecnologia, irrequietezza, ma sopratutto un mondo fatto di ricerca e di introspezione, di Identità. La passerella, dunque, come un piccolo scorcio sui pensieri dei ragazzi che ci danno il permesso di entrare nella loro intimità creativa è per noi un grande onore e motivo di riflessione, specchio che ci vuole far guardare verso noi stessi.

COLLEZIONE
Timeless
STILISTA
Lavinia Morrone
MODELLE
Mariagrazia Toccaceli
Michela Pipoli
FOTOGRAFA
Giulia Blasi
Timeless
LAVINIA MORRONE

COLLEZIONE
Heritage
STILISTA
Corinne Distefano
MODELLE
Daria Agnoletti
Giorgia Sacchetti
FOTOGRAFA
Giulia Blasi
Héritage
CORINNE DISTEFANO

DES. TROY
THE POWER

COLLEZIONE
Rotten Boroughs
STILISTA
Erika Chiaverini
MODELLE
Daria Agnoletti
Giorgia Sacchetti
FOTOGRAFA
Giulia Blasi

Rotten Boroughs

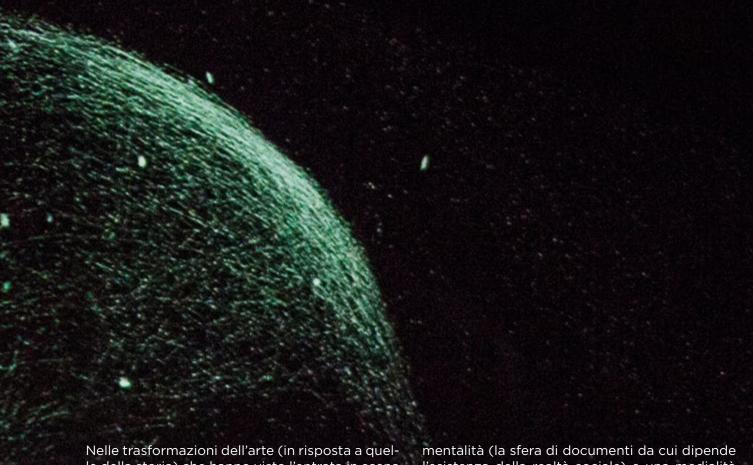
ERIKA CHIAVERINI

COLLEZIONE
Attesa
STILISTA
Claudia De Amicis
MODELLE
Mariagrazia Toccaceli
Michela Pipoli
FOTOGRAFA
Giulia Blasi
Attesa
CLAUDIA DE AMICIS

TRASFORMAZIONI DIGITALI

di Valeriana Berchicci, Maria Cristina Reggio, Elena Giulia Rossi

ALLESTIRE, COMUNICARE, DOCUMENTARE ARTE ALGORITMICA PERFORMATIVA NELL'ESPERIENZA DI BACKSTAGE/ONSTAGE.

THE ACADEMY INSIDE DIGITALIVE

Nelle trasformazioni dell'arte (in risposta a quelle della storia) che hanno visto l'entrata in scena della vita senza intermediazioni di forma (in particolar modo con body art e performance art), quella più radicale è ancora in atto, specchio dell'impatto che la pervasività del progresso di tecnologia e comunicazioni ha avuto su tutti gli aspetti della vita, individuale e sociale. L'arte si è 'smaterializzata' (Lippard), è evaporata allo stato gassoso (Michaud). Il connubio arte e vita ha iniziato a coincidere con il flusso della 'società liquida' (Bauman), ad esistere in un tempo frammentato, imprevedibile e continuamente presente. Molte delle sperimentazioni artistiche che hanno inteso utilizzare i linguaggi del contemporaneo sono diventate 'performative', esistono in un tempo presente, spesso – non sempre – la loro messa in scena nello spazio fisico avviene nell'inquadratura dell'obiettivo tentacolare che la estende alle strade del network e ai suoi canali di comunicazione. Documentare è diventata quindi operazione sempre più fondamentale. Il documentatore è autore del viaggio della memoria di qualcosa che è inteso per esistere in un frangente di tempo, *time-based*, come lo si usa definire negli ultimi tempi, responsabile della sua resistenza in termini di visibilità, ma anche di riadattamento del suo significato ai nuovi contesti, portando con sé il guscio del proprio contesto. Il documentatore è protagonista di una nuova trasformazione, quella del capitale *documediale*, come l'ha descritta recentemente Maurizio Ferraris nella sua *Scienza nuova: Ontologia della trasformazione digitale* (M. Ferraris e G. Panini, Rosenberg &Sellier, 2018), 'innescata dall'incontro fra una sempre più potente documentalità (la sfera di documenti da cui dipende l'esistenza della realtà sociale) e una medialità diffusa e pervasiva (che fa emergere nuovi ruoli e rilevanza per l'individuazione dei singoli)'.
Da anni, precisamente dal 1986 il Romaeuropa Festival porta a Roma il meglio delle arti performative (teatro, danza, arti performative); da otto anni la sua attenzione è stata catturata proprio da questa trasformazione digitale nelle arti ospitando una sezione dedicata. Dal 2018 questa sezione ha affidato alla curatela di Federica Patti la sua evoluzione in Digitalive, tutto rivolto all'arte algoritmica performativa, dove la performatività è estesa a tutto il processo mediale computazionale. Gli artisti invitati, italiani e internazionali, sono stati selezionati tra coloro che si sono impegnati nella ricerca di linguaggi ibridi. Tutti hanno incontrato il pubblico nello spazio fisico per proseguire negli iper-spazi tecnologici in tempo reale.

Nell'autunno 2018, un gruppo di ventiquattro studenti, selezionati tra i migliori di vari dipartimenti dell'Accademia di Belle Arti di Roma, partecipava a questo evento DIGITALIVE con il compito di assistere all'allestimento delle opere degli 11 artisti invitati e di documentarle attraverso una varietà di strumenti: fotografia, video, testi. In questo contesto è nato BACKSTAGE / ONSTAGE prima sinergia tra l'Accademia di Belle Arti di Roma, e il Romaeuropa Festival, con la partecipazione di Arshake.
Studenti di comunicazione, video, fotografia, grafica, arti multimediali e scenografia hanno seguito la rassegna muovendosi dietro le quinte e tra il pubblico. Hanno partecipato all'allestimen -

BACK ON STAGE

THE ACADEMY INSIDE DIGITALIVE

to dei lavori performativi e da questa esperienza hanno costruito un progetto editoriale realizzato 'con' e 'per' la piattaforma Arshake.com.
L'occasione per realizzare questo progetto si è presentata a giugno del 2018, quando lo staff del Roma Europa Festival ha invitato l'Accademia di Belle Arti di Roma a individuare un gruppo di studenti tirocinanti per collaborare agli allestimenti con gli artisti e alla comunicazione con gli spettatori.

Fin qui si sarebbe trattato solo di proporre agli studenti un tirocinio, già molto allettante, all'interno di una tra le più interessanti realtà culturali internazionali dell'autunno teatrale e artistico romano: alcuni avrebbero collaborato con gli artisti agli allestimenti e altri avrebbero semplicemente realizzato schede esplicative sulle opere, destinate agli spettatori. In questo modo l'aspetto teorico e quello pratico dei tirocini avrebbero avuto il decorso di due rette parallele che non si incontrano mai, contrariamente a quanto avviene all'interno della formazione all'interno dell'Accademia di Belle Arti, dove avviene una costante sintesi tra teoria e prassi, e inoltre gli studenti sarebbero stati stimolati a lavorare individualmente, ciascuno proiettato nell'esecuzione del proprio singolo impegno, richiesto dal Roma Europa Festival.

Ci siamo chieste se fosse stato possibile approfittare di questa preziosa occasione per sperimentare sul campo un nuovo approccio più inclusivo, responsabilizzante e produttivo ai tirocini, alla didattica e al rapporto con le nuove tecnologie. Così abbiamo pensato di sperimentare un format inedito, organizzando un gruppo coeso di studenti che documentasse la propria esperienza nell'ambito della rassegna Digitalive finalizzandola alla realizzazione di un vero progetto editoriale collettivo su questa rassegna, ospitato dalla rivista Arshake.
Si trattava di una vera scommessa, ma forse proprio la novità del progetto stesso è stata la forza trainante che ha coinvolto i partecipanti, compresi noi che abbiamo svolto una funzione di coordinamento, realizzato attraverso diversi incontri dal vivo e condivisioni in rete.

Con il titolo BACK STAGE /ONSTAGE si è voluta dedicare attenzione particolare alle diverse fasi di vita delle opere performative degli artisti che hanno partecipato alla rassegna, dietro le quinte e nel loro rapporto vivo con gli spettatori. Poiché in Accademia esistono diversi indirizzi e specializzazioni dedicate alle nuove tecnologie, abbiamo iniziato chiedendo ai colleghi che coordinano alcune scuole - Scenografia, Nuove Tecnologie per l'Arte, Didattica e Grafica editoriale - di selezionare gli studenti che si sarebbero occupati delle singole fasi di allestimento, studio e documentazione scritta, grafica, fotografica e video, mentre Arshake ha dedicato una pagina speciale al progetto, organizzando i testi e la grafica realizzati appositamente dagli studenti.

Abbiamo messo insieme quindi un gruppo di studenti fantastici che hanno partecipato con entusiasmo e competenza. Durante gli allestimenti sono entrati a contatto con gli artisti, hanno osservato le loro procedure operative, hanno raccontato ciò che hanno visto, ascoltato e capito. Gli stessi artisti si sono potuti confrontare con loro, che sono spettatori appassionati e curiosi di conoscere la loro storia, la loro formazione, i segreti delle loro opere. Con il suggerimento prezioso di Valeriana Berchicci, hanno deciso di strutturare i contenuti ispirandosi alla *Metodologia del Progetto* concepita da Antoni Muntadas, rispondendo ad alcune domande, come chi?, cosa?, come?, dove?, quando?, per chi? Hanno quindi programmato i loro incontri, costruito un'organizzazione interna attraverso cui cooperare, fissato un intenso piano operativo tra loro e lo staff del REF per collaborare fianco a fianco durante il periodo di preparazione. Si sono seduti più volte attorno ad un tavolo comune per inventare, discutere, magari competere, ma comunque con l'imperativo di dovere adottare una strategia comune.
La parola chiave del perché è stata *relazione*. Abbiamo pensato, infatti, di dare la possibilità

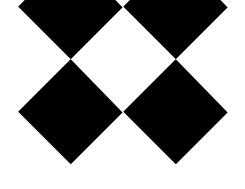
agli studenti di cooperare in un progetto comune, superando il particolarismo e l'individualismo che spesso caratterizza il lavoro artistico.

Tutte le varie fasi dell'organizzazione e dell'allestimento si sono ri-costituiti nel progetto editoriale realizzato per la sezione dedicata di Arshake e costruito interamente dagli studenti, in collaborazione con i docenti e con lo staff di Arshake, tanto nei testi quanto nell'aspetto grafico (compreso il logo e il banner). Questo ha significato un enorme lavoro di sinergia tra fotografi, grafici, redattori, assieme alla grande apertura di tutto lo staff del Romaeuropa Festival, degli artisti e della curatrice che hanno lasciato aperte le porte della loro professionalità, disponibili anche a rilasciare interviste e materiali per il progetto. Fotografia, filmati (realizzati ad hoc per il sito e per i canali Instagram), testi sono diventati un racconto multimediale e multidisciplinare. L'intero progetto ha proseguito la memoria delle opere performative, del loro contesto nella ricerca di ciascun artista, e del progetto stesso che arriva, oggi, tra le pagine di INSIDE/OUT. Il racconto delle opere e degli artisti ha lasciato traccia dei momenti salienti della 'vitalità' dei lavori performativi ma anche il profilo dei suoi autori, parte più distesa e approfondita del racconto che segue a quello 'vissuto' nella prima fase.

Quella costruita dagli studenti si è rivelata memoria dello sguardo privilegiato di chi ha potuto vivere da vicino la produzione di ciascun lavoro così come l'organizzazione dell'evento. La memoria liquida, che tra le pagine di Arshake ha lasciato una documentazione che ha cercato di catturare la vitalità dei lavori e l'ha contestualizzata nella ricerca dei suoi autori, raggiunge ora queste pagine e diventa memoria del lavoro di documentazione. L'occasione di ripercorrere questa esperienza ritrova tra le righe di quanto scritto, le trasformazioni alle quali si deve adattare chi segue l'arte, chiamato a dover necessariamente abitare questo tempo frammentato e continuamente presente, costretto fuori dal guscio delle specializzazioni, ad aprirsi al lavoro di squadra, ad attraversare le correnti disciplinari. Soprattutto, nel ripercorrere un'esperienza che ha sorpreso noi stesse per le qualità individuali scoperte negli studenti e per il modo in cui nel tempo hanno acquistato una malleabilità che li ha adattati a questa condizione 'plurale', abbiamo ritrovato traccia e lasciato possibilmente memoria futura di un'altra importante trasformazione in atto: quella 'documediale' che Maurizio Ferraris e Gemano Paini hanno reso visibile nella loro Ontologia della trasformazione digitale, una trasformazione che individua nella documentazione un vero e proprio 'capitale'.

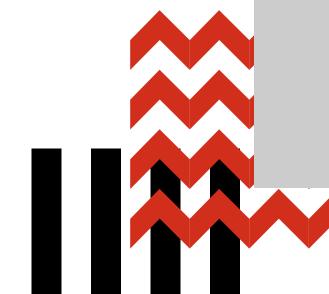
FOTOGRAFIE **MARIA GIOVANNA SODERO E ELEONORA MATTOZZI**

BACKSTAGE / ONSTAGE è un progetto nato da un'idea di Maria Cristina Reggio, ideatrice del progetto e autrice della convenzione stipulata nell'AA 2016-17 tra il Romaeuropa Festival e l'Accademia di Belle Arti di Roma, confluito in un progetto di ricerca comune con Valeriana Berchicci Elena Giulia Rossi, e concretizzato nella sinergia tra l'Accademia di Belle Arti di Roma, e il Romaeuropa Festival, con la partecipazione di Arshake (**www.arshake.com**).

Crediti: Ideazione del progetto Maria Cristina Reggio|Coordinamento per Accademia di Belle Arti di Roma: Valeriana Berchicci | Coordinamento Romaeuropa Festival Lara Mastrantonio | Assistenza allestimento performance Digitalive: Dalila Pardini, Sofia Filippone, Miriam Leonetti, Karen Ortega; Alexandre Mele (Scenografia); Giacomo Zaccaron (Arti Multimediali) | Progetto editoriale: Valeriana Berchicci, Maria Cristina Reggio, Elena Giulia Rossi (Arshake) | Coordinamento contenuti: Michael Mancini (Arti Multimediali) | Contenuti Arshake e materiali didattici per Romaeuropa: Sofia Dati, Ornella Padalino, Giovanna Giordani, Noemi Saia (Comunicazione e Didattica dell'Arte) | Grafica Chiara Arena, Giulia Blasi, Davide Musitano (Grafica Editoriale) | Fotografia Eleonora Mattozzi, Maria Giovanna Sodero (Fotografia e Video)|Regia e post produzione video Alex Fanelli, Ambra Lupini, Aleandro Sinatra (Nuove tecnologie per l'arte)|Comunicazione Instagram Beatrice Forcella, Myriam Vitali (Comunicazione e Didattica dell'Arte)

2ª edizione

IN/ OUT

"Aprite gli occhi ragazzi"

di Enrico Pusceddu

L'evento In Out ha presentato in questa nuova edizione vari percorsi che nella loro configurazione e organizzazione hanno avuto un duplice aspetto interconnesso, di carattere formativo e orientativo.
Si è spaziato in diversi settori della comunicazione visiva: dal mondo dell'editoria alle nuove tecnologie di stampa digitale, dalla fotografia all'illustrazione, dal graphic design al fashion design.

Il tutto in un work in progress che si è reso concreto attraverso varie sezioni: attività espositive e performative, portfolio review, workshop, incontri con case editrici, agenzie di comunicazione e operatori del settore, al fine di far riflettere esaminare e sperimentare, in maniera concreta, propositiva e costruttiva, contenuti, aspetti e conoscenze che contraddistinguono nello specifico il percorso formativo e orientativo dei nostri corsi di studio.

Una serie di fasi caratterizzanti ha coinvolto i diversi processi di: produzione, fruizione e consumo dell'immagine, e non ultima l'importanza di tali fasi ai fini dell'orientamento, in entrata e in uscita, riguardo all'inserimento nel mondo della produzione e del lavoro specifico.

Saperi, relazioni, esperienze, al fine di preservare e promuovere l'identità individuale e collettiva tramite: Azione - Consapevolezza – Conoscenza - Creatività - Interazioni - Integrazione tra Media diversi - Progettualità - Proiezione - Professionalità - Sperimentazione – Tecniche - Tecnologie – Trasformazione. Sono queste le parole chiave che hanno unito gli incontri e le varie sezioni che si sono tenute durante l'evento, per analizzare – confrontare – ponderare tutti i settori in cui la creatività e la competenza occupano, accanto alla tecnologia e all'innovazione, un ruolo determinante.

Allo stesso tempo presentare, in osmotica coesione, un dialogo aperto riguardo a: aspetto relazionale, formativo e lavorativo nei diversi settori della comunicazione visiva, nel senso più trasversale del termine, con una particolare attenzione al suo mondo in continua evoluzione e trasformazione.

> **È l'arte suprema dell'insegnante risvegliare la gioia della creatività e della conoscenza.**
>
> Albert Einstein

Creatività, **conoscenza**, **consapevolezza** si sono interposte attraverso la fruizione e l'esperienza, spaziando nella totalità della comunicazione visiva, in stretto legame alle sue varie coniugazioni e interdipendenze: i diversi linguaggi, le tecniche e le nuove tecnologie comunicative.
Molteplici sono stati i contributi che ogni singolo professionista ha portato: la progettualità, la metodologia operativa, messa in atto all'interno del ruolo svolto nelle specifiche realtà lavorative, e non ultima l'opportunità di un inserimento nel mondo del lavoro, data agli studenti in una delle tante sezioni dell'evento il "portfolio review".
Quest'ultimo è stato contraddistinto da momenti d'incontro individuale, dedicati alla lettura dei singoli portfolio, durante i quali gli studenti di scuole e di dipartimenti diversi, hanno avuto la possibilità di mostrare, nello specifico, il proprio lavoro ad aziende e professionisti del settore al fine di stabilire una sorta di reciprocità che andrà in un continuo work in progress a proseguire nel tempo.
Una delle tante finalità è stata quella di avviare concrete prospettive occupazionali, collaborando e creando insieme un'interazione, tra il mondo della formazione e quello del lavoro.
E allora... lasciarsi andare, ma anche fermarsi, conoscere e interconnettersi, un invito a prendere consapevolezza a scoprire territori e mondi che mutano e si trasformano a un ritmo vorticoso.
A tal fine, credo che sia stato importante aver dato un ampio quadro di quelli che sono i nuovi aspetti creativi, socio organizzativi e tecnologici della comunicazione visiva, in un mondo che diviene ogni giorno sempre più complesso e nel quale l'incertezza, nel senso più lato del termine, assume un ruolo decisivo.
Tale formula ha definito un orizzonte, conferito un senso d'orientamento, nel quale, concetti chiave come organizzazione e progettualità hanno assunto un ruolo determinante per pensare e guardare al futuro con prospettive diverse.
Un altro aspetto da evidenziare è il confronto tra

passato e presente, tra media e grande imprenditoria, tra tecniche e nuove tecnologie.
Si sono approfondite modalità lavorative inerenti al recente passato, durante il quale, le botteghe artigianali organizzavano il proprio lavoro con metodologie operative fondate su tecniche e manualità di antica ascendenza storica, passando, trasversalmente, a congiunture che hanno visto coinvolti interlocutori chiamati a interagire con aspetti socio, lavorativi, organizzativi e creativi, di target completamente diverso.
Da qui il confronto con ritmi di attività e metodologie operative, che mutano, si evolvono, evidenziando il ruolo rilevante delle nuove tecnologie. Le recenti strumentazioni tecnologiche, pur partendo in molti casi da presupposti metodologici e operativi del passato, semplificano, a torto o a ragione "**il fare**" mettendo in atto aspetti tecnici, operativi ed espressivi, impensabili fino a qualche anno fa.
Ma anche, come abbiamo avuto modo di vedere nei seminari e workshop presentati, l'aspetto mnemonico riguardo alle tecniche di antica ascendenza storica, da molti considerate obsolete, esperienze quest'ultime, che grazie alle nuove innovazioni si rivitalizzano con sapienza e creatività, mettendo in luce, attraverso l'attività operativa, le loro efficaci risorse espressive nei vari campi e linguaggi comunicativi.
E allora... la sapienza del fare tramite l'esperienza sensoriale, sentire i cambiamenti, le trasformazioni date dal mezzo, dallo strumento, dal supporto, che trasformano l'operare in una "full immersion" plurisensoriale.
Le tecniche, i supporti, i medium, le loro declinazioni date da sostanze chimiche e materiali organici, che invitano all'ascolto, attento e conscio, per metterne in atto il loro alto potenziale comunicativo ed espressivo.
Da qui la riflessione di come sia imprescindibile avere un bagaglio tecnico ampio e consapevole.
Un aspetto è emerso in maniera omnicomprensiva dai vari interventi, due fattori esponenziali importanti e imprescindibili, "**idea e progetto**", senza un'idea non si va da nessuna parte è un continuo errare senza meta. Il progetto è alla base di ogni atto operativo.
L'importanza del definire una situazione di scambio, che pone l'accento sull'appropriata e consapevole finalizzazione dell'operare, al fine di progettare e portare a termine, in maniera concreta e professionale, le proprie idee.

WORK IN PROGRESS

Tirando le fila e analizzando nello specifico i contenuti dei vari interventi, dal generale al particolare, emerge come per raggiungere l'obiettivo, frutto di consapevolezza, coerenza e armonia, siano importanti: la coralità, la partecipazione attiva, la cooperazione, le specifiche competenze unite a passione, senso di responsabilità, dedizione al lavoro e conoscenza.
Da qui l'invito "**aprite gli occhi ragazzi**" per capire, conoscere ed analizzare tangibilmente e attivamente tutto ciò che ci circonda, con il fine di migliorare un mondo in continua trasformazione, ma nel quale, le varie identità non sempre approcciano alle diverse realtà socio, formative, lavorative, in maniera positiva, concreta, comunitaria e professionale.

> **Sono portato a credere che un grande insegnante... sia un grande artista e che ce ne siano pochi, proprio come sono pochi i grandi artisti.**
> **Difatti, insegnare è – senza forse – la più grande delle arti perché i mediatori sono la mente e lo spirito umano.**
>
> John Steinbeck

CONFERENZE

EXPERIENCE

WORKSHOP

TECNOLOGIE

FAUSTO LUPETTI EDITORE

IDENTITÀ COMPETENZA RISCHIO

a cura di Chiara Coppola

“Nuovo incontro, nuova tematica” così il Professor Pusceddu apre l’incontro con la Fausto Lupetti editore. La casa editrice che da più di trent’anni riveste il ruolo primario nella distribuzione di testi specializzati in comunicazione. Per professionisti od appassionati i temi trattati dalla Fausto Lupetti editore riguardano la sfera grafica, del design, del marketing, delle scienze sociali e della narrativa. Amore, passione, idee ed intuizione si sono trasformate in reputazione, creatività ed innovazione, creando così l’identità inconfondibile della casa editrice.

“Cedo ora la parola a Daniele Lupetti: editore, responsabile marketing, produzione, distribuzione e pubblicità sui social network.”

“Non ho avuto molto tempo per prepararmi delle slide quindi vado a braccio, però ho pensato molto a cosa dire”. Daniele inizia a raccontare la storia della casa editrice, la storia di suo padre, Fausto Lupetti.

Direttore di “comunicare e pubblicità domani” (due riviste di settore) Fausto Lupetti inizia intervistando i creativi. Nel 1984 durante un evento dell’agenzia pubblicitaria RSCG a Venezia conosce Sequela, che ne è il fondatore. Sapendo che le sue pubblicazioni in Francia erano andate molto bene gli propone di pubblicare quei libri anche in Italia. Dopo dieci giorni Sequela scrive una lettera al signor Lupetti dandogli il via libera.

“La capacità di osare e chiedere” precisa Daniele, il coraggio del primo passo sembra essere la base di ogni rapporto lavorativo e non, così si creano i contatti.

In Italia negli anni 80 non c’era nessun tipo di pubblicazione sulla pubblicità e sulla comunicazione, tuttavia erano anche i tempi dove se avevi qualcosa di

nuovo questa poteva veramente funzionare. Di lì a poco infatti Antonio Porta notò il libro e propose al signor Lupetti di passare a Messaggerie. Il lancio fu un successo ed un amico mise il libro di Sequela vicino ad ogni cassa alla Feltrinelli, ed è così che inizia la grande ascesa della Fausto Lupetti editore in Italia che tra innovazione e qualità si conferma la casa editrice della comunicazione.

Dal 2008 Daniele prende le redini della distribuzione, della promozione e del marketing.

"Tra promozione e marketing ci sono due differenze sostanziali" puntualizza "sul marketing si sente di tutto e di più, in realtà è uno studio di mercato che può poi avere delle finalità diverse, può anche essere la creazione di un nuovo prodotto. In editoria puoi non avere dei dati ma solo intuito e percezioni che chiaramente nascono da un continuo aggiornamento su come sta andando il mondo". Ci porta come esempio la reazione entusiasta del pubblico ad un testo del 1910 di Bernays "Propaganda", questo termine infatti ad oggi è molto usato e riceve molta attenzione mediatica perciò le persone sono interessate all'approfondimento, quindi un libro che parla di questo spinoso argomento, seppur scritto un secolo fa, riceverà molta attenzione.

"La promozione invece è quella di portare il libro in libreria e di partecipare alle fiere del libro e agli eventi". Sull'esperienza delle fiere Daniele ci racconta

La comunicazione è oggi e lo sarà sempre di più nei prossimi anni una risorsa e un ambiente necessario alla società dove costruire consapevolmente processi culturali ed economici di condivisione sociale e valori simbolici comuni.
Fausto Lupetti

La capacità di osare e chiedere, il coraggio del primo passo sembra essere la base di ogni rapporto lavorativo e non, così si creano i contatti.

che non funzionano a lungo andare perché il libro ha bisogno di contesto, tuttavia rimangono importanti perché mettono in contatto le persone e si creano relazioni.

Il professor Pusceddu ribadisce l'importanza di queste relazioni, osare e creare relazioni fa sì che si costruisca una comunità compatta e solidale anche nel cambiamento, senza tuttavia snaturare la propria identità. Essere coerenti non è facile, ma alla lunga premia.

Per degli studenti coerenza ed azzardo sembrano due cose molto complicate ed il mondo dell'editoria può sembrare una spaventosa rete dove perdersi, ma Daniele decide di darci una bussola spiegando come, secondo la sua esperienza, ci si muove in questo mondo. La buona notizia sembra essere che è veramente possibile aprire una casa editrice, quella un po' preoccupante è che si vendono pochi libri.

La prima cosa da fare è farsi un piano editoriale che non si basi per forza sulla novità; l'importante è che il libro sia fatto bene, come ad esempio "Leopardi a tavola", ora escono moltissimi libri di cucina, ma il punto di vista originale ed un esemplare utilizzo delle parole nel titolo rendono questo libro appetibile al lettore più di altri. Quindi individuare il settore dove si ha più competenza e nel quale si pensa di avere buoni contatti è il primo passo. Un altro grande consiglio è quello di essere almeno in due o tre per dividersi i ruoli: un coordinatore che mantiene i rapporti, un grafico che si occupa di impaginare sia per stampa che per il web ed infine qualcuno che si occupi del settore commerciale (presentare libri nelle librerie).In una seconda fase si faranno le schede dei libri che gli agenti di Messaggerie, con l'aiuto dell'editore porteranno nelle librerie, consiglia di non darne più di sei alla volta. "In questa fase la copertina, anche se provvisoria, è tutto, è il nostro biglietto da visita e deve richiamare il titolo".

"Fatevi subito un profilo su un social network". Nel mondo di oggi infatti questo è il nuovo modo per creare una comunità che potrà poi convertirsi in vendite di libri. L'autore a questo punto può giocare il ruolo fondamentale attraverso le presentazioni; "ma attenzione" sottolinea Daniele "ad oggi le persone non vanno più a questi incontri", il consiglio è di creare un evento intorno al libro e di sfruttare ad esempio le dirette sui social che portano una buona visibilità.

In conclusione ecco la perfetta ricetta per il successo, non resta che essere coerenti, competenti ma soprattutto osare come fece Fausto Lupetti quel giorno a Venezia.

ILLUSTRAZIONE **ANGELA PASSANNANTI**

CARTHUSIA

Progettualità. Ricerca. Sperimentazione.

a cura di *Chiara Coppola*

Il 17 gennaio a Campo Boario gli studenti incontrano Carthusia. Il professor Pusceddu procede con un'introduzione entusiasta ed esaustiva della casa editrice.
Carthusia, con trentadue anni di attività e molti premi alle spalle, si presenta come una casa editrice votata all'innovazione e alla qualità, ma soprattutto "quello che mi preme sottolineare" puntualizza il professor Pusceddu "è la progettualità che contraddistingue il suo fare operativo. E da quello stretto connubio tra editore, autore, redattore, illustratore, grafico e non ultimo stampatore, prende vita l'oggetto libro, che è frutto di passione, amore e professionalità".
Patrizia Zerbi, editore e direttore editoriale di Carthusia, nel 1987 segue il suo sogno e fonda la casa editrice per ragazzi con l'intento di comunicare non solo con i piccoli lettori, ma anche con tutte le figure familiari o professionali che con i giovani si rapportano. "Non è facile restituirvi quello che è Carthusia" dice Patrizia Zerbi, "è sicuramente una casa editrice di progetto". Inizia a raccontare la sua lunga esperienza agli studenti partendo dai suoi esordi come editore di Fatatrac, la casa editrice che, sin dalla sua fondazione, si è occupata di ragazzi e di animazione alla lettura. Ed è proprio durante questo periodo, infatti, che si è accorta di quanto fosse importante la conoscenza del lettore e il confronto con esso. "Bisogna sempre conoscere e occuparsi dei propri lettori". Otto anni dopo la fondazione di Fatatrac, Patrizia Zerbi esce da questa importante esperienza pronta a fondare una nuova casa editrice basata sul progetto: una fucina di idee dove "cucinare" i libri.
Carthusia è una realtà indipendente che vanta circa 270 titoli in catalogo. La sua peculiarità è sviluppare tutti i suoi progetti internamente, differenziandosi così dalla maggioranza delle case editrici italiane, che compra libri già pubblicati in altri paesi.
Gli elementi chiave di Carthusia sono tanti: una scrittura ricercata, illustrazioni potenti che raccontano per davvero, una redazione interna competente, strutturata e in sintonia con la visione del direttore editoriale, il progetto grafico e la grande qualità di stampa. Insomma una particolare attenzione alla filiera, tutta italiana.
Tra le altre cose, ciò che rende unica la casa editrice è la vastità delle tematiche affrontate. Quelli di Carthusia, infatti, sono libri che toccano temi difficili e si pongono come strumento chiave per i giovani lettori, riuscendo a coprire diverse generazioni, come *I nati ieri e quelle cose lì*, un libro di Laura Magni e Roberto Luciani, che parla ai bambini di sessualità attraverso un linguaggio a fumetti. Tra le altre tematiche affrontate ci sono: integrazione, multietnicità, affido, separazione, legalità, alimentazione, ambiente, malattia, diversità. Le "Storiesconfinate", ad esempio, sono volumi con testi bilingue sul tema dell'accoglienza.
La casa editrice basa la sua linea editoriale su una grande varietà di collane, tutte diverse per formato e tematiche affrontate. Alcune di queste hanno come punto di partenza i focus group, momenti di condivisione e confronto, attraverso i quali è possibile raccogliere le esperienze e i vissuti dei partecipanti, utili alla realizzazione del libro. L'obiettivo infatti è riuscire attraverso l'oggetto libro a restituire un tema complesso.
"Una storia ben pensata ha il potere di farsi metafora di forte impatto, studiata ad hoc per rendere leggere e semplici da capire situazioni complicate

Le immagini qui hanno un valore enorme

come la malattia. *L'Isola*, uno dei nostri ultimi albi della collana "Storie al quadrato" di Sabina Colloredo e Valeria Petrone, ne è un bellissimo esempio: l'ospedale diviene un'isola dove tutti i cuccioli affrontano le loro paure, paure che rappresentano in metafora i timori derivanti dal percorso di cura. Questo libro viene usato nei reparti ospedalieri come strumento di lavoro da parte dei volontari, che riportano i bambini in un ambiente di gioco, aiutandoli ad alleviare paure e preoccupazioni."
"L'illustrazione è fondamentale" prosegue Patrizia. "L'immagine è uno strumento potente ai giorni nostri e le nuove generazioni sono composte da avidi e attenti lettori". Patrizia spiega come il disegno non debba però essere sterile ripetizione del testo, ma piuttosto qualcosa che aggiunga valore a esso e che conferisca potenza alle parole. L'esempio di cui ci parla con un pizzico di commozione è *Il buon viaggio* di Beatrice Masini e Gianni De Conno, quest'ultimo venuto a mancare poco dopo la realizzazione delle ultime illustrazioni. *Il buon viaggio* incarna il perfetto connubio tra immagine e testo: la prima non è mai una ripetizione del secondo, bensì un valore aggiunto, un racconto in più, un regalo per il lettore.
Parlando sempre di illustrazione, non si può evitare di fare riferimento ai *silent book*, i libri senza parole. "Quella dell'immagine è una lingua universale" esordisce la nostra (oramai laureata) collega Marta Pantaleo, che ci racconta la sua esperienza con questo tipo di albi: "Con *Ciao ciao giocattoli* ho vinto la terza edizione del Silent Book Contest: il libro è stato poi pubblicato da Carthusia, che mi ha permesso di entrare in questo mondo e iniziare a lavorare come illustratrice professionista. Sono contenta di aver esordito con un *silent book* perché

credo sia un linguaggio contemporaneo, in grado di affrontare anche tematiche delicate come quelle dell'immigrazione o dell'inclusione sociale in un modo che sia alla portata di tutti. Nel mio caso, con *Ciao ciao giocattoli*, ho voluto raccontare la storia di un ragazzino, della sua crescita e del conseguente distacco dai suoi giochi. Dopo un trasloco, il protagonista intraprende un viaggio immaginario in compagnia dei suoi giocattoli. Alla fine il bambino scopre che i giocattoli non sono altro che i ricordi e le emozioni di un'infanzia che è ormai passata, ed è allora che decide di regalarli ad altri bambini".

"Carthusia è una casa editrice progettuale, che crede fortemente nella creazione e sperimentazione" aggiunge Patrizia, "Il concorso dedicato ai Silent book e la relativa collana sono solo alcuni degli esempi. Tornando un po' indietro infatti è il caso di citare un must have di tutte le librerie dell'infanzia *Tararì tararera*, un capolavoro in una lingua inventata: la lingua Piripù. L'autrice, Emanuela Bussolati, ha lavorato sul suono e sulla fonetica dei bambini. Il libro ha vinto nel 2010 Il Premio Andersen come miglior libro 0/6 anni e il Super Premio Andersen come libro dell'anno, raggiungendo un grandissimo successo. Ad oggi *Tararì tararera* è giunto alla decima ristampa. Ogni anno ne vengono ristampate 4.000 copie, per un totale di 40.000 copie vendute".

Un'altra scelta audace è stata lavorare sul linguaggio della poesia. Patrizia ci racconta di *Angeli*, il primo titolo della collana *Magnifici versi*, in cui Sonia Maria Luce Possentini illustra una delle più belle poesie di Emily Dickinson. "Le immagini qui hanno un valore enorme" tiene a sottolineare. "La poesia, fatta di pause, è scandita da grafica e illustrazione che insieme collaborano a dare respiro alla riflessione".

Tanti progetti diversi raccontano Carthusia, ma sotto un'identità forte e riconoscibile. Patrizia a questo ci tiene e consiglia alle nuove generazioni di illustratori e grafici di non perdere mai di vista chi si è, di non conformarsi alle mode e di tirar fuori il proprio talento per renderlo riconoscibile attraverso le proposte illustrative e i progetti creativi.

A conclusione di quest' incontro risuonano le parole "Ideare, Scrivere, Illustrare, Assemblare, Pubblicare" tutti elementi che fanno parte di una Certosa, e quindi di Carthusia.

Quando succede un imprevisto
che si rivela una bella sorpresa.

VERBA VOLANT

Passione, tenacia, divertimento

a cura di Chiara Coppola

VerbaVolant apre il periodo di incontri con le case editrici all'Accademia di Belle Arti di Roma.

Incontriamo oggi Fausta Di Falco, direttrice della casa editrice, ed Elio Cannizzaro, grafico editoriale.
VerbaVolant nasce nel 2005 con sede a Siracusa ed è una casa editrice che passa dalla narrativa surreale per i bambini alla graphic novel, insomma incontra i gusti sia dei grandi che dei piccini.

Passione, tenacia ed un po' di divertimento sono ciò che contraddistingue la casa editrice, oltre che ad un contatto sempre diretto con i lettori. Questa, tuttavia, è la prima esperienza con degli studenti universitari. Fausta ci spiega subito come mai la scelta del nome VerbaVolant: "l'idea" ci racconta "è che le parole che avete letto vi accompagnino e rimangano insieme a voi nel percorso di vita". Basta quindi solo questa frase a farci capire l'identità precisa ed il punto di vista originale di questa casa editrice, le parole non vengono dimenticate come recita il detto latino, ma piuttosto diventano un vento leggero che ci aiuta a volare.
Entriamo subito nel vivo dell'incontro ed iniziamo a parlare di libri. "C'è ancora molto pregiudizio nei confronti dei libri illustrati. [...] Li si crede meno seri." ci spiega Fausta "per noi i libri illustrati non sono solo per i bambini". Infatti la VerbaVolant ha creato con il tempo delle collane di libri illustrati rivolte anche ad un pubblico adulto, come ad esempio Libri da Parati, che nasce dalla propensione alla sperimentazione della casa editrice. Con scritti brevi, ma densi e poetici, questa collana scaturisce dall'interesse per la carta e le illustrazioni. L'estetica, senza ovviamente tralasciare il contenuto, è un punto focale insieme alla versatilità del libro, che finisce poi per diventare un quadro, in fondo perché limitarsi ad esporre i libri in una libreria quando puoi renderli parte del tuo ambiente, questo sicuramente renderà l'esperienza del lettore più completa.

Ma come nasce un formato così originale?

Sicuramente dall'amore per il libro e dalla voglia di poterlo vivere sempre anche solo con uno sguardo, ed oltretutto da una certa propensione ad uscire dagli schemi.
Elio Cannizzaro, ingegnere meccanico divenuto grafico editoriale, è la chiave per i progetti unici per VerbaVolant. "Siate semplici, perchè una cosa semplice è immediata e molto spesso anche meno costosa" la sua interpretazione del consiglio datogli da uno dei suoi docenti.
La collana Libri da Parati dopo l'ottima risposta del pubblico è diventato un marchio registrato ed il design è stato brevettato.
Le sperimentazioni della VerbaVolant non finiscono mai, ogni libro ogni collana ha qualcosa di unico da raccontare, un autore ricercato e delle carte studiate ad hoc che si integrano con il racconto e l'illustrazione quasi facessero parte della storia; ma mettere insieme tutti questi elementi non è semplice e denota una propensione alla progettualità ed una gestione del tempo quasi al secondo, è importante programmare tutto, questo è segno di grande serietà.

"Perché limitarsi ad esporre i libri in una libreria quando puoi renderli parte del tuo ambiente."

Far sì che la macchina di produzione funzioni è un lavoro che richiede tempo, VerbaVolant ritiene fondamentale il lavoro in team. Autore, Illustratore ed editore (quest'ultimo a volte copre anche un ruolo da mediatore) devono lavorare insieme mettendo in primo piano il libro e fare il meglio per esso anche sacrificando, a volte, il proprio immaginario o gusto personale. Molti autori infatti si immaginano come dovrebbe essere l'illustrazione, ma non si devono imporre perché questa potrebbe non valorizzare al meglio il loro testo; non è inusuale infatti che arrivino libri già scritti ed illustrati che non funzionano. Collaborare è alla base dei lavori creativi e bisogna imparare a lavorare anche con persone che non si conoscono e riporre fiducia nell'occhio critico dell'altro.

Questa formula di rispetto reciproco rende l'ambiente di lavoro rilassante e stimola la creatività. VerbaVolant ne è l'esempio, infatti è una fucina di idee soprattutto per gli studi sul formato: ad esempio "Un arcobaleno tutto mio" ha necessitato un grande lavoro progettuale anche con il tipografo; ed i "Segna-Storie" che contengono il segnalibro nella copertina.

Sono molti, quindi, gli esperimenti creativi che si possono fare su di un libro, e la casa editrice non se ne vuole far mancare nessuno. "La finestra" infatti, oltre che sul formato, gioca anche sul font che già ci porta nella storia richiamando l'altezza dei palazzi da cui il bambino guarda e crea.

Si penserà ora che la VerbaVolant possa aver fatto ogni tipo di esperienza letteraria, ma per questa casa editrice pioniera sembra che le avventure non finiscano mai, infatti tra breve apriranno anche un B&B letterario.

Tutto questo a noi studenti insegna che non c'è un limite, che un oggetto non è solo quell'oggetto con quell'unica funzione, il mondo va visto a 360° ed un libro può essere un quadro, la carta può raccontare una storia nascosta e l'illustrazione ed il testo possono essere due note in una stessa melodia e suonare allo stesso tempo; tutto è sensoriale, percettivo, sinestetico.

Si può raccontare una storia in mille modi diversi tutti insieme, basta ricordarsi di aprire la mente come ha fatto Verbavolant.

Lapis Edizioni

Emozione. Valori. Internazionalità.

a cura di Chiara Coppola

L'ospite in Accademia oggi è Chiara Stancati, editor della casa editrice Lapis Edizioni casa editrice per ragazzi il cui target principale è compreso nella fascia d'età 3-15 anni.

Identità diverse si incontrano in Lapis accomunate da un linguaggio poetico, grande tecnica ed emozionalità che, attraverso soluzioni originali, rendono inconfondibile lo stile ed i valori che la casa editrice vuole trasmettere.

Chiara ci introduce in questo mondo creato da Rosaria Punzi, archeologa, ed Anna Parisi, fisica, che avevano questo pallino per la divulgazione artistica e scientifica diretta ai bambini. L'idea iniziale fu quella di una guida per Roma, e ci si rese conto subito che ciò andava a coprire una mancanza sugli scaffali delle librerie italiane; lasciarono allora i rispettivi lavori per dedicarsi completamente all'editoria.

La caratteristica che contraddistingue Lapis è che non si limita ad indagare in un solo ambito ma si apre sempre a nuove sperimentazioni e da subito sceglie il linguaggio degli albi illustrati. Il giusto stile per il giusto racconto rendono il catalogo della casa editrice variegato; tuttavia non bisogna scordare che tutta questa attenzione richiede un lavoro di ricerca enorme che parte da una conoscenza approfondita del lettore, agli operatori nell'infanzia (da genitori a maestri) ed ad uno studio approfondito del tema. Prendiamo infatti l'esempio di due libri che affrontano una tematica molto cara ai bambini: il distacco.

In "Oh, Oh" e "Oh, no George" ad esempio, Chris Haughton mette in scena situazioni molto familiari ai bambini, legate alla paura di perdersi o all'incapacità di rispettare un divieto, con un testo essenziale carico di humour. "L'importanza di questi libri sta anche nello schiudere ai più piccoli la possibilità di immedesimazione nei comportamenti dei protagonisti, nelle loro stesse paure, desideri, sogni".
Molti sono i nomi internazionali che si trovano nel catalogo, la casa editrice infatti si è subito contraddistinta anche per il suo occhio al di fuori dell'Italia pur non tralasciando grandi autori italiani. Il "recupero" di grandi nomi infatti riporta sugli scaffali Attilio Cassinelli, che nonostante il pensionamento non ha mai smesso di produrre. Lapis coglie al volo la possibilità di lavorare con lui e realizza una collana di fiabe per i bambini più piccoli. Nel 2017 si pubblicano quattro libri e Attilio vince il premio Andersen. Nei libri di Attilio Cassinelli il testo si riduce all'osso e le sue illustrazioni, scelte per la loro leggibilità e il perfetto equilibrio compositivo, risaltano. Bisogna ricordare infatti che i bambini leggono prima per immagini soprattutto quando sono molto piccoli, e che un font stampatello maiuscolo li agevola nei loro primi passi nella lettura.

Chiaro è che la costante di tutte le pubblicazioni di Lapis è il bambino. Quest'ultimo deve essere libero di padroneggiare l'oggetto e di poter vivere l'esperienza. La casa editrice infatti parte da un'attentissima analisi delle fasi di crescita del bambino e costruisce il libro totalmente intorno a lui; carta, testo, illustrazione e font devono amalgamarsi perfettamente per rendere

sinestetica l'esperienza dei giovani lettori. Non bisogna, poi, mai dimenticare che ai bambini piace immaginare quindi sia immagini che testo non lo devono incatenare. Chiara ci racconta l'esperienza lavorativa su "Haiku", testo poetico, dove scegliere l'illustratore era estremamente delicato poiché le immagini non dovevano essere né astratte né figurative. Alla fine si opta per Serena Viola che creerà un linguaggio leggero senza incastrare il lettore né in una visone precisa né in una troppo interpretativa.

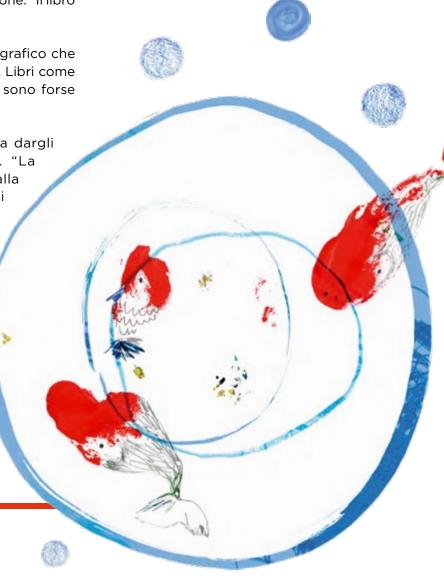
Il lavoro in team risulta fondamentale, ideare insieme rispettandosi rende il lavoro finale più completo dato che contiene più punti di vista, tuttavia bisogna darsi delle scadenze altrimenti il libro potrebbe cambiare in continuazione. "Il libro perfetto non esiste" ci dice Chiara.

Altra figura importante in Lapis è il grafico che lavora "a braccetto" con l'illustratore. Libri come "Petra" e "La bambina dei libri" ne sono forse l'esempio più chiaro.

"I libri senza un progetto grafico a dargli forma, sono incompleti" ci dice. "La grafica, invece, riporta sempre alla realtà". Questo è il motivo per cui quando si inizia a fare il progetto si collabora da subito con un grafico, perché lo riesce a vedere, insieme all'editor, nel suo complesso.

L'incontro si conclude con una bellissima sorpresa: l'anteprima di "La Bugia", un nuovo libro francese. La storia parla di questa bambina che dice una menzogna che viene raffigurata con dei pallini. Mano mano che scorre la giornata la sua pallina, che raffigura l'ansia, gli si attacca addosso come una malattia fino a quando non dice la verità. Nessuno alla fine saprà quale è la bugia detta, ma al bambino non interessa. La genialità è proprio questa, si lascia che in bambino si immedesimi e lo si lascia libero di affrontare l'ansia insieme alla bambina fino a scoprire che c'è un lieto fine: i genitori la amano e la verità vince su tutto.

Lapis Edizioni ci insegna quanta responsabilità hanno le case editrici: i messaggi che si vogliono passare, soprattutto nell'infanzia, devono essere studiati alla base e a partire dal fenomeno che si desidera illustrare.

FOTOGRAFIA **ANDREA GIANNETTI**

CONTRASTO.

Tra immagini e parole

a cura di Chiara Coppola

La magnifica esperienza di In&Out si chiude con un attesissimo ospite la casa editrice **Contrasto**.

In&Out

Alessandra Mauro, direttore editoriale, e Valentina Notarberardino, responsabile dell'ufficio stampa e della comunicazione, ci parleranno di questo marchio indipendente che opera nel settore dell'editoria fotografica da oltre venti anni. Dall'edizione a tiratura limitata, passando per i libri di divulgazione fino ad arrivare alla saggistica di approfondimento, lavorando con originalità Contrasto è diventata un marchio leader a livello nazionale ed internazionale. Di anno in anno la casa editrice porta nelle case paesi lontani, nuovi stili e testimonianze dell'attualità. Il professor Pusceddu sottolinea anche che Contrasto non si limita solo all'editoria ma è anche promotrice di mostre ed eventi legati alla fotografia pur rimanendo prima di tutto una casa editrice. "Per terminare anche la fotografia, la buona fotografia, si gioca intorno alla possibilità di vedere chiaro, di possedere e trasmettere soprattutto una chiarezza di visione e non a caso in questo concetto si nasconde il senso profondo del loro lavoro".

Alessandra Mauro, direttore editoriale di Contrasto. (fotografia di Andrea Giannetti)

Si cede la parola ad Alessandra Mauro che ci racconta la storia della Contrasto che nasce a Roma come agenzia negli anni '80, sul modello della Magnum Photos dove settanta anni fa, un gruppo di fotografi decidono di voler essere indipendenti e di rappresentarsi da soli lavorando direttamente con i giornali e le riviste, senza intercessione di terze parti. I fotografi così diventano i proprietari dell'agenzia ma soprattutto nel bene o nel male responsabili del proprio lavoro. Questo costituisce un sistema etico-culturale. Fondata dunque negli anni '80 da Roberto Koch, nel '92 l'agenzia Contrasto inizia la collaborazione con la Magnum che si affida a Contrasto per la diffusione del proprio materiale in Italia, sia per riviste e giornali sia per eventi culturali come mostre.
"Entro a far parte di Contrasto come curatrice delle mostre" ci spiega Alessandra.
Nel '94 portano in Italia la prima grande mostra di Salgado e, dopo l'approvazione del comune di Roma, si inizia la ricerca di un editore disposto a scommettere su un autore del genere. Nessuno, tuttavia, sembrava disposto. In poco tempo Contrasto si trova a produrre e realizzare autonomamente il libro e, in un modo che Alessandra definisce "rocambolesco", riesce nel suo intento. La mostra ha un grande successo e le richieste del libro aumentano per cui Feltrinelli e Feltrinelli International, ovviamente dopo vari accordi, iniziano a distribuire il volume. All'inizio quindi la loro esperienza come casa editrice è nata "così per caso" citando la direttrice editoriale, poi Contrasto è divenuto il marchio della distribuzione della grande fotografia.
Come si lavora ad un libro fotografico?
Contrasto lavora con regolarità e tiene un ritmo di produzione costante, ma il segreto probabilmente lo troviamo nella qualità.
Il libro fotografico è molto costoso da produrre, la carta deve essere in grado di lavorare bene con gli inchiostri, il layout è particolare e deve dare spazio all'immagine, perciò la

> **Anche la fotografia, la buona fotografia, si gioca intorno alla possibilità di vedere chiaro, di possedere e trasmettere soprattutto una chiarezza di visione e non a caso in questo concetto si nasconde il senso profondo del loro lavoro.**

Da sinistra verso destra:
Alessandra Mauro [1], Valentina Notarberardino [2] ed Enrico Pusceddu [1].
(fotografie di Andrea Giannetti [1] e Giulia Blasi [2])

Valentina Notarberdino, responsabile dell'ufficio stampa e della comunicazione di Contrasto. (fotografia di Giulia Blasi)

realizzazione ha tempi e modalità diverse dai libri di saggistica e narrativa. Per ridurre i costi ci si accorda con i coeditori internazionali e si stampa tutti insieme la parte delle immagini, poi in nero solo la parte del testo nelle varie lingue. Insomma bisogna avere una certa strategia per stampare un libro pregiato che dia risalto alla fotografia.
Dopo la produzione si passa al lavoro di promozione. Contrasto ancora oggi continua a lavorare legando il libro ad un evento: la mostra. Questa non è solo una strategia di vendita ma anche un modo per la casa editrice di rimanere a contatto con il pubblico, cosa a cui non vuole assolutamente rinunciare.
Il contatto e la cooperazione con terzi per Contrasto deve essere ad ogni livello: dalla produzione del libro alla vendita. Si inizia con la collaborazione diretta con gli autori fino ad arrivare ai fruitori che vengono accompagnati verso la comprensione della lingua delle immagini fino ad interiorizzare il messaggio. Un cammino profondo e di conoscenza.
Contrasto non si occupa solo di fotografia, infatti ha voluto creare un linguaggio ibrido tra parole ed immagini. Nasce così la collana In Parole. Alessandra ci racconta la bellissima esperienza condivisa con Ferdinando Scianna, primo fotografo italiano a diventare membro della Magnum Photos. "Ti mangio con gli occhi" presenta con entrambi i linguaggi (testo ed immagine) l'importanza ed il ricordo che il cibo aveva lasciato nella vita dell'autore.
Le sfide di Contrasto ad oggi sono molte e la sperimentazione dà nuovo stimolo alla ricerca e all'immaginazione.

Si riscoprono autori/reporter come Jack London e si riscopre la relazione tra testo ed immagine in modi del tutto innovativi. Nel corso degli anni Contrasto si rinnova pur mantenendo la sua identità anche nella promozione, Valentina Notarbernardino ci racconta dieci anni della sua esperienza nell'ufficio stampa e nella comunicazione.

Arriva a Contrasto in un momento in cui si lavorava sulla collana Logos che raccoglieva riflessioni e discorsi intorno alla fotografia e questa dimensione più legata "al racconto" era qualcosa a cui i giornali non erano abituati nel settore della fotografia. L'ufficio stampa a questo punto ha dovuto cercare una nuova figura con cui relazionarsi all'interno dei giornali; di solito si confrontava principalmente con il photo editor, ma la collana Logos cambia la percezione e si parla direttamente con i responsabili alla cultura.

Importante è decidere con chi confrontarsi all'interno dei giornali, altrimenti si rischia un flop nella promozione.

Questo cambiamento di rotta ha aperto la strada per la promozione di nuove collane come ad esempio, già citata prima, In Parole. Il libro di Scianna crea un cortocircuito, ma il fotografo che si presenta anche come scrittore è un successo e cambia la prospettiva del libro fotografico.

L'importante è capire cosa promuovi per avere una strategia che faccia risaltare il prodotto e diffondere nel migliore dei modi la notizia. Per fare questo ci vuole passione prima di tutto ed una chiara scansione del lavoro. Valentina identifica tre fasi nel processo di comunicazione: "prima fase: preparatoria, quella dei grandi "piani di guerra" dove capisco i contenuti che ho a disposizione, preparo i materiali, faccio le mie strategie in accordo con autore e editore. Seconda fase: attiva, quella in cui mando comunicati stampa, telefono ai giornalisti, faccio le newsletter per i lettori. Terza fase: la chiamo di "mantenimento" dove io riporto l'attenzione anche sui libri usciti da tempo ma che possono essere adatti a determinati eventi o occasioni di promozione stampa".

Per le mostre ovviamente il discorso è diverso, bisogna lavorare sulla conferenza stampa e capire chi invitare per le anteprime.

L'incontro con la Contrasto si chiude con entusiasmo e con riflessioni sulla serietà e l'identità unica che questa casa editrice trasmette. Un lavoro minuzioso e programmato, un'ottima strategia di produzione e di promozione fanno sì che la qualità del prodotto si elevi sempre di più, rendendo il libro una preziosa guida della realtà e la fotografia che vi è contenuta un linguaggio universale per raccontarla.

L'importante è capire cosa promuovi per avere una strategia che faccia risaltare il prodotto e diffondere nel migliore dei modi la notizia.

Incontro con la casa editrice Contrasto presso l'Accademia di Belle Arti di Roma, sede di Campo Boario.
(fotografia di Andrea Giannetti)

Da sinistra verso destra:
Intervento di Alessandra Mauro; Dettaglio di Alessandra Mauro che sfoglia Insight
; Valentina Notarberdino, Enrico Pusceddu e Alessandra Mauro
(fotografie di Andrea Giannetti)

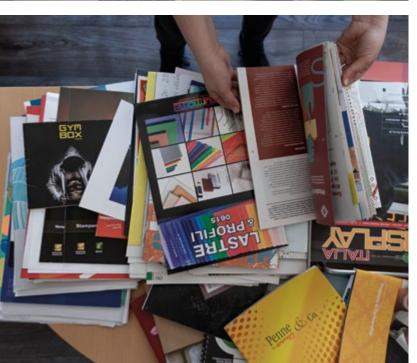
ILLUSTRAZIONE **VALENTINA RUSSO**

HE WHO ESITATES IS LOST !

CHI SI FERMA È PERDUTO

Trasformismi e identità, nel nostro caso direi: "Evoluzione e consolidamento".

di Fabio Loreti

Negli ultimi 10 anni, il nostro settore, riassumendo "Grafica e pubblicità" , ha avuto una trasformazione superiore, di gran lunga, a quella dei precedenti '50. Fino ai primi anni duemila, la GPS Group, eccelleva nel campo dell' editoria di pregio, ultimo prodotto di assoluta eccellenza è il libro che celebrava i 150 anni dell'Unità d'Italia 1861 - 2011. All'editoria pregiata, noi dobbiamo molto, per decenni è stata la nostra "stella polare" che ci ha guidato, ci ha fatto crescere e conoscere nel settore editoriale.
Come tutte le belle favole, anche questa è andata pian pian esaurendosi, la nostra "bravura" è stata quella di percepirne la "fine" e quindi di rivolgere la nostra attenzione in altri ambiti.
Il mondo della stampa digitale, stava conquistando sempre più spazio nei mercati e quindi ci siamo attrezzati in tal senso, abbiamo cominciato con le prime stampanti digitali ad altissima qualità, che comprendevano anche la stazione di finitura, per l'allestimento automatico degli stampati.
Parallelamente alla stampa digitale "small format", ci siamo attrezzati anche con plotter per la stampa in grande formato.
Questa "evoluzione" necessaria alla sopravvivenza è tutt'ora in atto, la tecnologia si evolve a ritmi vorticosi e per rimanere competitivi, bisogna sempre essere al passo con i tempi.
Oggi la GPS Group, offre ai propri Clienti un ventaglio di servizi molto ampio: ci sono Clienti (le start up) che ci chiedono i materiali per iniziare la propria attività, quindi un'immagine coordinata completa e in linea con i moderni stili attuali, ci sono poi Clienti, di solito quelli più fidelizzati, che si rivolgono a noi anche per curare la loro parte "espositiva e fieristica", in alcuni settori, essere presenti nelle manifestazioni annuali è un "must". In questo caso la GPS Group, grazie all'esperienza maturata nell'ultimo decennio, è in grado di progettare (con software in 3D), e realizzare stand mobili di facile installazione, ma di grande appeal. Quando si tratta di seguire un Cliente, lo facciamo per intero, negli anni abbiamo sviluppato anche un notevole settore di gadget aziendali, penne, agende, Usb, laccetti per pass e tanti altri, che, grazie anche all'aiuto di partner accuratamente selezionati nel corso degli anni, ci permettono di soddisfare quasi tutte le esigenze del Cliente.
Per sottolineare quello che dicevamo prima in merito alla continua evoluzione del nostro settore, tra poche settimane sarà online il nostro primo sito di E-commerce: StampAmica, sito dedicato alla vendita online di t-shirt (in prevalenza), felpe, abbigliamento tecnico tutti rigorosamente personalizzati!
Vedendo i report, pubblicati sulle maggiori riviste e siti di economia, si può constatare una crescita esponenziale e irreversibile delle vendite online e noi vogliamo ritagliarci una piccola fetta anche in questo settore!
Ultimo in ordine di apparizione ma non per importanza è il settore delle "personalizzazioni d' ambiente", di cui la punta di diamante è rappresentata dalla carta da parati personalizzata, una carta da parati in bobina, che si stampa da plotter con l'immagine scelta dal Cliente, un software provvede a "sporzionarla" con tanto di sormonti, dopodiché viene montata dai nostri operatori nelle situazioni più disparate.
Ultimamente una bellissima foto, di una veduta dei "tetti di Roma" presa dal Gianicolo, è stata da noi riprodotta e applicata su una parete di cm 650 × 310 all'interno di una prestigiosa casa-vacanze in Via Rasella a Roma.
Come ho cercato di riassumere in questo articolo, il nostro segreto è quello di essere riusciti a rimanere al passo con i tempi (evoluzione), attraverso un continuo aggiornamento tecnologico che è servito anche a rafforzare la nostra azienda (consolidamento). Il rischio più grande è quello di sentirsi arrivati e tirare i remi in barca: è un lusso che nessuno al giorno d'oggi può permettersi!

COMUNICARE, CONOSCERE e SAPERE

NELL'ERA DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE

di Mauro Rosato

Oggi viviamo in un mondo dove tutto è connesso: possiamo essere distanti fisicamente ma ormai i mezzi a nostra disposizione ci permettono di raggiungere persone, luoghi e cose grazie alla tecnologia. La comunicazione, verbale e non, è prerogativa di questo mondo ma non è sempre stato così facile comunicare, anche se a noi oggi risulta impensabile attendere o aspettare un messaggio a lungo.

La necessità di comunicare è sempre stata fonte primaria di sopravvivenza. Attraverso il modo di comunicare si è sviluppato il suo acume, ha violato barriere fisiche e mentali, è diventato il centro di questo mondo.

Comunicare è rendere comune, far conoscere, far sapere. In poche parole trasmettere agli altri. Oggi siamo immersi in un sistema di comunicazione completamente trasformato, che ha raggiunto l'apice, anche grazie allo sviluppo dei mezzi di comunicazione e della tecnologia. Un messaggio viene recapitato in un secondo e può volare da una parte all'altra del pianeta con una facilità inaudita.

Ovviamente non è sempre stato così: prima le lettere, poi sono arrivati i libri dopo l'invenzione della stampa di Gutenberg, scoperta che ha cambiato il sistema comunicativo consentendo di diffondere a più persone un messaggio o una

Sky Brand Toolkit
IQOS
SUMMER
E STATE INSIEME
IQOS
insieme
TRADE MAGAZINE
IQOS
SUMMER
E STATE INSIEME
IQOS
Luxury
AVENUE
VOLIO
IQOS ESSENCE
Jeep
Jeep
RED BLEND
NOTES
20
16

Dexter
sky
FOXCRIME

sky
sky
sky
sky

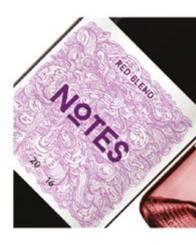
LIST

FORST

Chesterfield

FISCHER
Jeep
FISCHER
Jeep

ROSÉ
NOTES
20
16

notes
notes

COMUNICARE È RENDERE COMUNE, FAR CONOSCERE, FAR SAPERE.

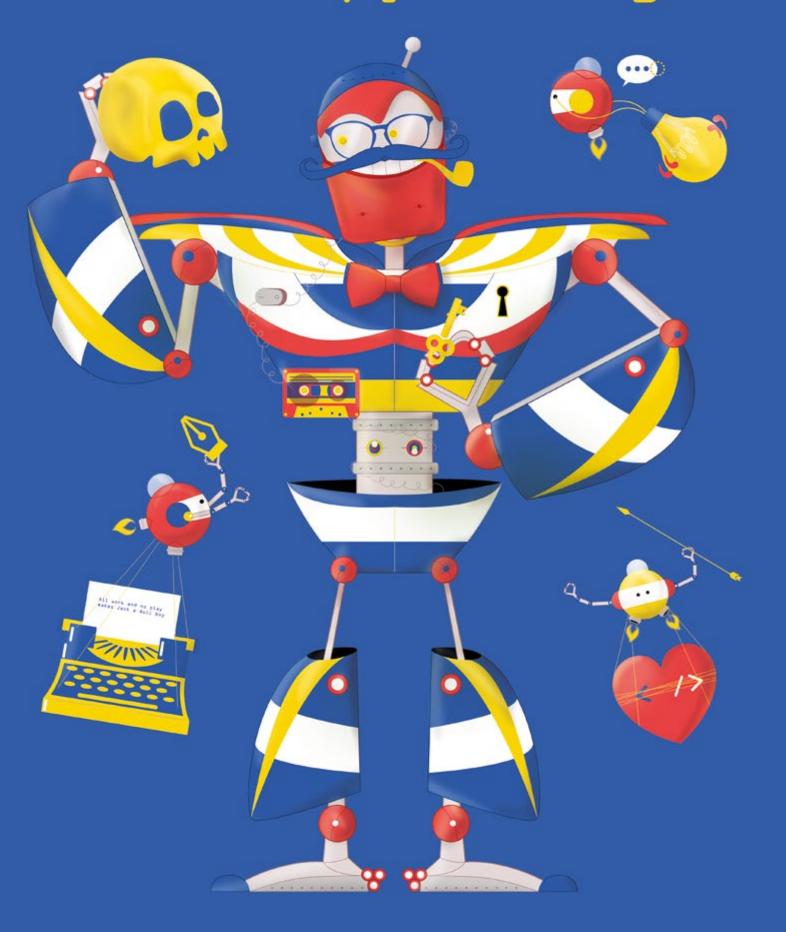
idea; poi è arrivato il telegrafo e in un secondo momento il telefono, la radio, la televisione.

L'uomo ha sempre avuto in sé il desiderio di migliorare mezzi e risorse, di inventare e scoprire e nel campo della comunicazione ha fatto meraviglie fino ad arrivare ai giorni nostri, dove internet ha davvero rivoluzionato tutto quello a cui eravamo abituati, da un lato il progresso tecnologico ha trasformato la qualità della nostra vita, dall'altro questi potenti e irrinunciabili strumenti ci condizionano, ci manipolano e forse ci rendono sottomessi alla tecnologia.
Internet è lo strumento che ha sconvolto il sistema della comunicazione. Siamo infatti nell'Era della comunicazione digitale dove le nuove tecnologie sono il mezzo principale con cui scambiamo informazioni, ci relazioniamo con gli altri, ci apriamo al mondo, facciamo comunicazione. Internet ha perciò stravolto molto velocemente anche il concetto stesso di comunicazione: sicuramente più alla portata di tutti, certamente meno selettiva.

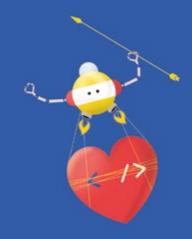
La trasformazione dei mezzi di comunicazione e come li sfruttiamo per comunicare, diventa la nostra vera carta d'identità che va oltre i semplici aspetti anagrafici.
Quindi, nel mondo della comunicazione digitale, o potremmo dire nel mondo della comunicazione moderna, ogni messaggio pubblicitario che realizziamo, ogni progetto a cui lavoriamo personale o no, ci identifica e parla di noi.

In questa trasformazione della comunicazione, trovano un ampio spazio, i Social network che meglio testimoniano la nostra indole all'identificazione, alla condivisione, alla comunicazione di massa 3.0.
Oggi quindi la Creatività ha spazi enormi in cui muoversi, come sostiene **Steve Johnson** all'interno del suo libro *"Da dove vengono le buone idee: la storia naturale dell'innovazione".*

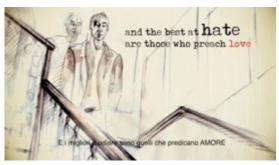
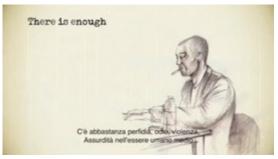
Compito nostro è fare un buon lavoro, avere buone idee e non fermarsi mai, per poter continuare a migliorarsi ed essere i migliori.

{ Web Copywriting }

To Bing or not to Bing, that is the question.

STAY GOLD PONYBOY

di Enrico Tanno

Scrivere un articolo sul tema del trasformismo e dell'identità, rapportato alla mia esperienza professionale, è stato complesso e stimolante allo stesso tempo. Mi ha spinto a fermarmi un momento e a confrontarmi con il mio percorso, cercando di trovare per quanto possibile un'identità univoca in un'esperienza decennale molto varia. In anni in cui la comunicazione e l'area del digital design hanno attraversato i progressi più significativi, l'unico modo per raccontare della mia esperienza è uscire da una visione soggettiva e guardare ciò che effettivamente è successo da un punto di vista oggettivo e distaccato. Come direbbe Clint Eastwood in "Per un pugno di dollari" quando sale al primo piano del saloon: "Le cose viste dall'alto fanno sempre meno impressione".

Nel 2007, finita la tesi allo IED, dopo diversi lavori come Graphic Designer e Illustratore free lance a Roma, sono andato a vivere a Londra insieme a quattro miei compagni di classe, "in cerca di fortuna", come direbbe Italo Calvino all'inizio dei suoi racconti. Un minuto prima eravamo nel baretto a piazza Lodi, vicino l'Istituto Europeo, a festeggiare la fine della tesi, un attimo dopo eravamo a spasso per Shoreditch e Brik Lane a cercare casa, lavoro e, per l'appunto, un'identità professionale (e personale). Avevamo come bagaglio un inglese scolastico tremendamente imbarazzante, compensato però dal sacro fuoco della passione per il design, e dall'entusiasmo di leggere nelle riviste di settore centinaia di annunci di lavoro in cui si cercavano figure come le nostre, con richieste molto specifiche. I compensi annuali e il tipo di contratto erano altissimi rispetto ai nostri standard, ed erano scritti in chiaro già nell'annuncio, insieme ai più vari tipi di benefits. Alcuni offrivano anche una relocation in caso di spostamento in un'altra città.

Finalmente avevamo trovato "l'isola felice" dove c'era cultura riguardo il nostro mestiere, cosa che ci ha dato l'energia giusta i primi mesi per convivere con un cielo perennemente bianco, anche d'estate. In testa avevamo le griglie modulari che creano tensione, l'equilibrio asimmetrico, il basic design e il Bauhaus, i libri di Bruno Munari, le illustrazioni di Enki Bilal e i video di Psyop, le composizioni tipografiche di David Carson e i romanzi di John Fante. Tra tutti i miei idoli letterari era l'unico che mi faceva sentire veramente compreso, dato che raccontava così intimamen

te e con la sua ironia unica la vita di un giovane autore fuorisede con tanti sogni e uno smisurato bisogno di dire la propria in uno scenario professionale sconosciuto e ammaliante. Era un dato di fatto che la nostra idea di felicità coincideva, in quegli anni, con l'essere dei designer a Londra.

Il primo colloquio per me è stato impietoso. Mi ha chiamato una signorina delle risorse umane di sabato mattina, senza preavviso, per farmi un'interview al telefono. Ero nella via credo più chiassosa della City, e per sopravvivere a quella tremenda imboscata e riuscire ad ascoltare nitidamente le sue domande rapide mi sono rifugiato in un camerino del negozio della Carhartt, facendo capire a gesti alla commessa che avevo "an unexpected interview, please help me!". Non so come, ma è andata bene, forse ero simpatico alla signorina delle risorse umane (le avrò fatto anche un po' pena). Fatto sta che, dopo un mese e altre due interview dal vivo, ho iniziato a lavorare come Art Director junior in un'agenzia di Battersea Reach. Lavoravo soprattutto su Brand Identity di livello alto per realtà di Dubai e del golfo, sono stato anche coinvolto nel sistema di Way Finding del Ferrari Park di Abu Dhabi. Ricordo ancora il sorriso della commessa quando sono uscito dal camerino, era la prima volta che quella città così bianca mi sorrideva davvero.

In un eccesso di "nerdaggine", ho realizzato insieme agli altri miei compagni espatriati praticamente in casa (vivevamo insieme) un video con la tecnica del Rotoscope su una poesia di Charles Bukowski, "The Genius of the Crowd". Poco dopo il video veniva selezionato sull' Annual di Creative Review, tra più di 14.000 entries. Un traguardo inimmaginabile, non ci speravamo nemmeno lontanamente. Era come per una boy band di provincia venire pubblicati su Rolling Stones al primo tentativo. Per noi la gioia era immensa, non era credibile quella pubblicazione così alta raggiunta praticamente per caso. L'unica cosa da fare era quindi uscire, bere molto, pavoneggiarsi e fantasticare sul futuro.

In un pub russo di Hackney, tra una vodka e dei cocktail dai nomi impronunciabili, immaginavamo quello che sarebbe potuto succedere, fantasticando su carriere super, pubblicità per grandi marchi, incontri con agenzie al top del settore e tutto ciò che un ventenne neolaureato a Londra può immaginare. Così, durante questo brainstorming infinito, spontaneo, etilico e fuori dalle righe, è nato il nome della nostra agenzia. In un solenne momento di lucidità venne fuori che era infatti assolutamente necessario darci un nome. Dopo aver analizzato i papabili, ci è venuta in mente tale agenzia Digital Kitchen (che esiste ancora) che creava video in motion graphic

“La mia identità come designer si trasforma e si rinnova su questa nuova direzione: creare e produrre servizi e prodotti digitali sulle persone, sulla base del loro carattere e delle loro abitudini, per migliorarne la vita in meglio.”

molto ricercati, come la sigla di Desperate Housewives. Presi quindi da un’ingenua febbre di onnipotenza, decidemmo che la nostra agenzia si sarebbe chiamata DigitalBathroom. Sarebbe stato un pensatoio irriverente e non convenzionale, dove la ricerca della qualità è talmente totalizzante che non ci lascia soli nemmeno nei momenti più intimi del nostro tempo. Tre giorni dopo (prima sarebbe stato impossibile) abbiamo realizzato insieme il logo.

Poi, non so come sia successo, ma sono passati dodici anni. Il logo è lo stesso, e l’agenzia continua ad esistere.

Ad oggi, riflettendo, definirei il trasformismo nel mondo del digital e della comunicazione come una forma di evoluzionismo, un atteggiamento e un’intenzione in cui ci si sforza di mantenere la propria identità e la propria indipendenza in un contesto che si trasforma a grande velocità. Trasformarsi e aggiornarsi è l’unico modo per crescere e dire la propria, soprattutto se si ha una direzione e un proprio linguaggio seguire. Ecco, è proprio quella direzione e quell’intenzione che definirei “identità.”

In pochi anni il mio campo si è praticamente stravolto, sfido chiunque a ricordare con lucidità e in pochi secondi una settimana intera senza usare Facebook, Twitter, Instagram, e senza WhatsApp. C’erano i famosi “6 gradi di separazione” tra noi e il nostro artista / attore / giornalista preferito, gradi che si sono assottigliati a tal punto che la realtà dei rapporti umani, che sembrava gigantesca e impenetrabile a certi livelli, si è trasformata e ripiegata su se stessa, adottando una nuova dimensione molto prossima a noi e ai nostri bisogni. In pochi click posso vedere cos’ha mangiato ieri a colazione la sedicenne Cristina D’Avena, leggere le frasi patriottiche di Arnold Schwarzenegger che va in palestra col figlio, vedere Alessia Marcuzzi che non si lascia mai trovare impreparata riguardo tacchi 12 e minigonna anche mentre gioca con la figlia sul tappeto del salotto.

Ogni dato diventa vecchio dopo due mesi. I brand, grandi e piccoli, sono obbligati a rispondere sui social per non perdere clienti e soldi. Fare arte, cinema, musica, ed avere un’immagine pubblica è totalmente diverso rispetto a dieci anni fa, e chi non si evolve è destinato a restare confuso e fermo in un’epoca precedente. Una bella casualità è che proprio in questo periodo spopola il #10yearschallange tra le celebrità e gli influencer di Instagram. Sarebbe divertente dal mio punto di vista visualizzare il #10yearschallange dei prodotti digitali realizzati dai grandi brands, confrontando la loro qualità estetica, i media di riferimento e il linguaggio che usavano 10 anni fa rispetto ad oggi.

In agenzia, la nostra identità come gruppo di lavoro si trasforma e cambia ogni volta che affrontiamo un brief con un cliente. Di volta in volta è un mettersi in gioco da zero, analizzare e studiare il tipo di persone che percepiranno il prodotto finale, cercare la qualità estetica, tecnica e comunicativa del prodotto, fornire un’esperienza memorabile all’utente finale.

I rapporti umani e le loro interazioni sono diventati la base e lo scopo ultimo delle strategie di marketing. Se da un lato è l’epoca del narcisismo collettivo, dell’estremizzazione dell’apparire e dell’ansia da like, dall’altro lato c’è un gran bisogno di sincerità e informalità, di storytelling reale, di empatia, di persone che si raccontano con le proprie abitudini, con i propri difetti e le proprie aspettative. I potenziali clienti di un brand fiutano se una storia è costruita solamente per vendere lontano chilometri. Si parla in gergo di Human Centered e Engagement Centered Design. Io tradurrei questi termini dicendo che ogni progetto è fatto per delle persone reali, che hanno voglia di interagire attivamente con il prodotto che usano.

La mia identità come designer si trasforma e si rinnova su questa nuova direzione: creare e produrre servizi e prodotti digitali sulle persone, sulla base del loro carattere e delle loro abitudini, per migliorarne la vita in meglio. Da tempo lavoro come User Experience Designer per diversi progetti di comunicazione, dove oltre a delle skills da graphic designer e illustratore ho maturato delle competenze e capacità creativo / tecniche che mi hanno aperto un mondo sul comportamento degli utenti che visitano un'interfaccia, sugli strumenti di generazione e gestione del traffico on line e nuove sfide tipografiche e di colorazione. Da alcuni mesi insegno questa disciplina in diversi istituti, e i ragazzi mi trasmettono una grande energia. Prendere parte ai laboratori pratici insieme, in cui si scrivono contenuti e si progettano creatività sulla base di user più diversi, è sempre una nuova sfida, un motivo di ricerca e di crescita personale e collettiva.

Per tornare al discorso dell'identità e del trasformismo, non saprei ad oggi scrivermi un'etichetta sul portone per comunicare che mestiere faccio. Sono un Graphic Designer, un Illustratore, Insegno UX e UI, risolvo problemi di comunicazione con il cliente, a volte faccio video. Sono quando serve un Account e un Copy. Costruisco dei progetti digitali insieme al cliente e insieme ai ragazzi a scuola per delle persone reali. Mi diverto. Il driver che fa alzare me e i miei colleghi con tanta voglia di fare al mattino resta lo stesso dei tempi scolastici, ovvero la sensazione che ancora è tutto da giocare, e che ancora non sappiamo cosa faremo da grandi.

Stay Gold.

ILLUSTRAZIONE NANCY GRANVILLANO

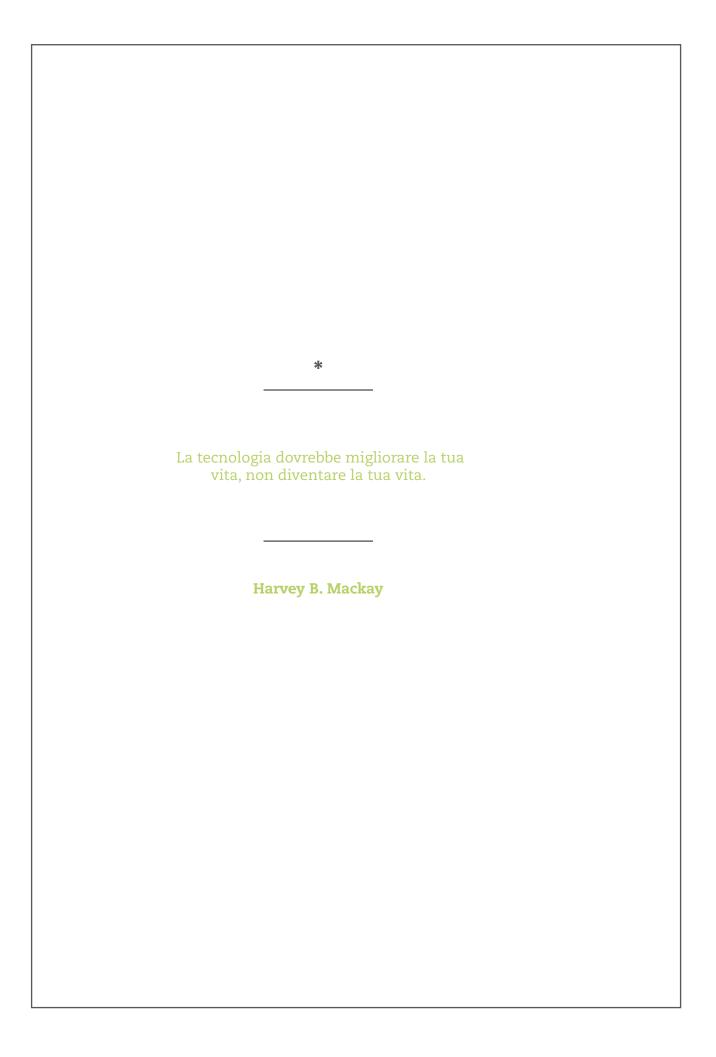
*

La tecnologia dovrebbe migliorare la tua vita, non diventare la tua vita.

Harvey B. Mackay

{ Focus }

LLUSTRAZIONE **ELENA LONGARINI**

*

V BIENNALE D'ARTE PUBBLICA

Incontri... anche con l'Arte

di Mario Spada
Presidente dell'Associazione "Biennale spazio pubblico"

Si è conclusa con successo la V° edizione della Biennale dello spazio pubblico che si è svolta a Roma dal 30 maggio al 1 giugno negli spazi dell'ex mattatoio di Roma messi a disposizione dal Dipartimento di Architettura Roma Tre e dall'Accademia di Belle Arti. Oltre 1000 persone hanno partecipato alle diverse iniziative: dai 14 workshop ai 10 eventi di carattere seminariale, dai tre concorsi alle 18 mostre organizzate dalla Biennale e dal Dipartimento di Architettura Roma Tre.
La parola chiave di di questa edizione è stata "Incontri", con il proposito di conferire a questa parola diversi significati.
Anzitutto riaffermare il valore unico e inestimabile dello spazio fisico. L'ipertrofico spazio pubblico virtuale creato dai network sociali sta minando, almeno in parte , la fisicità dell'incontro , si stanno manifestando sintomi di autismo sociale. I network sociali possono invece essere usati, e in parte ciò già avviene, come mezzi per riconquistare la fisicità dell'incontro, nei luoghi a ciò deputati , in quei luoghi che secondo Marc Augè devono avere almeno una delle caratteristiche che lo identificano come luogo: un valore identitario , un valore relazionale, un valore storico.
Un secondo proposito è quello di incoraggiare l'incontro con chi è diverso da noi, in un periodo nel quale si affaccia prepotentemente la volontà di elevare muri che dividono le persone secondo distinzioni di natura sociale, etnica, culturale, religiosa. Sappiamo che è dall'incontro fertile con la diversità che viene valorizzata la nostra identità. L'evoluzione della natura e delle società umane è avvenuta attraverso processi di contaminazione/ibridazione, natura e società si muovono in base alla logica dei sistemi complessi che sono sistemi aperti ,flessibili , adattivi. Non può essere messo in discussione il confronto con chi è diverso da noi , bensì il modo in cui questo avviene. Un' altra declinazione della parola chiave è quella di promuovere incontri con il resto del mondo, per tenere aperto il confronto con

UN SECONDO PROPOSITO È QUELLO DI INCORAGGIARE L'INCONTRO CON CHI È DIVERSO DA NOI, IN UN PERIODO NEL QUALE SI AFFACCIA PREPOTENTEMENTE LA VOLONTÀ DI ELEVARE MURI CHE DIVIDONO LE PERSONE SECONDO DISTINZIONI DI NATURA SOCIALE, ETNICA, CULTURALE, RELIGIOSA.

le più interessanti esperienze internazionali . La storica collaborazione della Biennale con UN Habitat ,organismo delle Nazioni Unite che si occupa di insediamenti umani, è stata confermata dall'importante messaggio di saluto del direttore Mamuma Sharif. Inoltre è stato predisposto un accordo di collaborazione con la Biennale del paesaggio di Barcellona e si stanno gettando le basi per un accordo con la neonata Biennale dello spazio pubblico di Bogotà che ha visto la luce il 27 agosto. La Biennale di Roma vuole essere un nodo di una rete internazionale che ritengo tanto più necessaria quanto più si registrano, in particolare nelle grandi aree urbane di tutto il mondo, fenomeni sociali e politici molto simili caratterizzati da una estrema polarizzazione: da un lato la tendenza alla privatizzazione di spazi pubblici, alla costruzione di barriere, accompagnata da forme di repressione delle manifestazioni di protesta; dall'altro la civile e ostinata attività di amministratori democratici e cittadini responsabili nella difesa e valorizzazione di quegli spazi pubblici, fisici, virtuali e ideali, che rappresentano il terreno privilegiato dell'incontro tra persone diverse, le quali, nello scambio di differenti culture ed esperienze, esprimono l'insopprimibile desiderio umano di libertà e democrazia.

E' questo sentire comune che lega la rete di coloro che si occupano di spazi pubblici. Rete che vede una fertile collaborazione di esperti, amministratori , citymaker, associazioni ambientaliste, Università. Perché difendere e valorizzare lo spazio pubblico non può prescindere da una visione olistica, da una proficua interazione tra i saperi e le diverse discipline professionali, e soprattutto da una convinta partecipazione dei cittadini.

"Incontri" per fare insieme, integrando le competenze. Con questo intento abbiamo esteso il campo dei promotori e delle collaborazioni, tra le quali annoto con grande soddisfazione la collaborazione con l'Accademia di Belle Arti di Roma che non solo ha messo a disposizione spazi e risorse professionali ma ha anche promosso in tempi rapidissimi un concorso rivolto agli studenti dell'Accademia relativo alla riqualificazione degli spazi didattici dei padiglioni dell'ex mattatoio.

L'impegno di alcuni docenti dell'Accademia ha contribuito a mettere a fuoco una delle tre aree tematiche che sono state al centro della Biennale: l'arte pubblica. Il fenomeno della Street Art si è esteso in prevalenza nelle periferie urbane ove i murales funzionano spesso come compensazione estetica di diffusi fenomeni di degrado urbano, in particolare nei casi in cui si realizza un intenso scambio dei cittadini con l'autore configurando l'intervento come frutto di un impegno comune finalizzato alla riqualificazione dell'ambito urbano. Nello svolgimento di questa tema hanno portato il loro contributo artisti ed esperti provenienti da diverse regioni italiane e anche numerosi stranieri . A cura dell'Ambasciata del Regno dei Paesi Bassi si è svolto il seminario" Italia-Olanda – Collaborazioni di arte pubblica " nel corso del quale si è svolto un confronto tra esperienze di Milano, Roma e Utrecht.

L'Associazione "città ibrida" ha portato gli esiti di un percorso di formazione-lavoro (officine futuro) che ha coinvolto oltre 100 studenti delle scuole superiori in un progetto di realizzazione di prototipi per gli spazi pubblici.

La maggior parte degli esperti di " Arte Pubblica" hanno partecipato a 3 workshop nei quali il tema è stato visto con angolature più specifiche mettendo a fuoco 3 aspetti: la rigenerazione urbanistica e sociale, le opportunità performative degli artisti, la formazione e educazione all'arte negli spazi pubblici. Il coordinamento di quest'ultimo workshop ha visto una fertile collaborazione tra i docenti dell'Accademia Enrico Pusceddu e Rocco Converti e Maurizio Moretti dell'Associazione "città ibrida". Il report conclusivo dell'area tematica "arte pubblica" ,a cura di Manuela Alessi, documenta l'intesa attività di analisi e individua proposte di miglioramento delle condizioni dentro le quali si muovono i protagonisti dell'arte pubblica . Lo spazio pubblico va inteso come luogo di formazione (scoperta dei luoghi, scoperta di competenze, storie, valori). Acquisita la certezza che l'arte pubblica innesca processi di rigenerazione culturale e ambientale ed è un fattore non secondario nelle attività di contrasto alla disgregazione sociale, una scelta di fondo è quella di ripartire dai margini, dai luoghi in cui si produce conflitto. Occorre ridefinire i confini della legalità e quelli che separano arte spontanea e arte professionale, senza indulgere in una acquiescente approvazione di tutto ciò che è prodotto dal basso.
Occorre formare a una lettura e restituzione complessa/trasversale dello spazio pubblico, scambiare saperi, costruire Interazioni, superare l'autoreferenzialità, produrre risonanza di emozioni, Incentivare un dialogo tra formatore e discente.
Il tema della formazione ha aperto il capitolo dei giovani che si affacciano all'esercizio delle diverse forme artistiche. Tra gli studenti del progetto " Officine futuro" e gli studenti dell'Accademia che hanno partecipato al concorso di riqualificazione degli spazi didattici, abbiamo visto molti giovani circolare negli spazi della Biennale. Un buon auspicio per le prossime edizioni.

Per sapere di più: www. biennalespaziopubblico.it

FORMAZIONE E EDUCAZIONE ALL'ARTE NEGLI SPAZI PUBBLICI

di Enrico Pusceddu

Ritengo fondamentale iniziare quest'articolo con una serie di considerazioni riflessioni e spunti operativi, sul tema della formazione e educazione all'arte negli spazi pubblici.

Come prima cosa l'importanza del riflettere nello specifico sulla formazione, dell'artista e dell'individuo, la formazione non è da considerarsi come istruzione intesa in molti casi come travaso di contenuti mentali da una testa all'altra. La formazione o se preferiamo l'educazione, è la cura della formazione del sentimento dell'individuo.

Quando enuncio la parola "sentimento" sto dicendo una cosa di difficile interpretazione perché?
Per natura abbiamo le pulsioni, tra natura e cultura ci sono le emozioni, da intendersi come risonanza emotiva dei nostri gesti. Non sempre la troviamo nell'individuo, nel contesto attuale è molto difficile rendersi conto della differenza reale della risonanza emotiva.

I sentimenti sono culturali, non ce li abbiamo per natura, i sentimenti s'imparano.
Dalle tribù primitive che raccontavano miti, passando per la trasmissione orale che nel tempo attraverso figure parentali ci hanno narrato di cosa è bene e di cosa è male, cosa è giusto e cosa è ingiusto, alla mitologia greca che rappresenta una galleria di sentimenti e di passioni.
Zeus era il potere, Atena l'intelligenza, Afrodite la sensualità, Dioniso la follia, Apollo la bellezza, Ares l'aggressività.

Uno dei primi concetti sul quale porrei l'accento riguarda l'educazione al sentimento, da intendersi nel senso più compiuto del termine, da attuarsi stabilendo relazioni che mirino a riqualificare spazi metropolitani e non, con il fine di rendere testimonianze di cultura, di storia, in particolar modo interrogarsi sulla capacità di riflettere riguardo ai tempi e ai luoghi in cui siamo chiamati a vivere.
Come riferimento a quanto sopra esposto, emerge l'im-

ILLUSTRAZIONE **FAEZEH TAGHIYAR RENANI**

> **Non è la lotta a renderci artisti, ma è l'arte che ci costringe a essere combattenti.**

portanza dell'imparare, attraverso la riflessione e la conoscenza, quindi l'arte come territorio d'incontro e di comunicazione, trasmissione di stimoli e riflessione estetica dei sentimenti, delle emozioni e degli stati d'animo.
Da qui la rilevanza di formare e educare ad apprendere il vocabolario dell'apparato sentimentale e visivo, non avendo la consapevolezza del linguaggio c'è un'inconsapevolezza dell'operare e allo stesso tempo del vivere e dell'interagire da qui scaturisce l'importanza dell'incontro.
Incontro come condivisione, identità e valori, parole chiavi di una società che muta. Identità mutanti che convivono in un sistema sempre più complesso, che nella sua trasformazione vede convivenza e condivisione, rapportarsi ad azioni di partecipazione, attraverso reti sociali e impegno civico.
Nella nostra contemporaneità diviene necessario tramite la reciprocità, riappropriarsi del territorio, spazio da riservare al dialogo, al confronto all'interazione comune e democratica, trasversalmente alla passione creativa per l'arte.
Da qui lo spazio pubblico e sociale, come utopia del possibile, da intendersi come interregno collettivo che deve predominare sugli interessi

individuali a favore di un'uguaglianza condivisa che miri a migliorare la qualità della vita e la valorizzazione del patrimonio collettivo del territorio. A tal proposito reputo imprescindibile, a mio parere, lavorare sulla creazione di una consapevolezza e concretezza, dell'identità del territorio, interrogarsi e proporsi in merito al sostegno di una domanda culturale e allo sviluppo di un'atmosfera creativa che miri a promuovere cambiamento, interazione e valorizzazione.
In particolar modo rispondendo al bisogno di relazioni e connessioni, innalzando il livello di qualità e di crescita socioculturale del territorio, al fine di trasformare anomale e degradate zone, da "non luoghi" a spazi comuni dotati di una propria identità sociale.

Riflettere sulla complessità delle nuove reti tecnologiche che sono entrate nella nostra quotidianità e ne hanno rivoluzionato non solo la nostra vita ma la percezione che l'uomo ha dello spazio intorno a se?

E ancora le mura come luogo di transizione tra privato e pubblico, è fondamentale, trattare la questione dalla sequenza del singolo individuo nel suo ambiente più domestico, fino a quella della comunità dello spazio pubblico e allo stesso tempo riflettere sulle infrastrutture narrative dell'identità che diviene memoria.

Urbanizzazione selvaggia e anonima, contrassegnata da forme e strutture orizzontali e verticali, quartieri dormitorio, zone di passaggio, luoghi infelici e anonimi intrecciati da fili invisibili, deserti del quotidiano che allacciano storie dell'impossibile attraverso le quali s'intrecciano rapporti umani. Collettività mutanti e senso di appartenenza esigono una rivalutazione del vuoto ridefinendolo, svolgendo una relazione tra idea e progetto in funzione del contesto, il quale diviene pretesto per valorizzare lo scenario urbano.
Passato e presente s'incontrano e divergono integrando pensiero e azione, valori ed estetica.
E allora arte, ambiente, spazio, forma, memoria delle preesistenze, in un equilibrio mutevole, divengono dunque il pretesto e le parole chiave sulle quali formazione e "Educazione all'Arte nello spazio pubblico" si devono: incontrare, fondare e strutturare.

Entriamo nelle competenze a carattere formativo. Il progetto deve diventare, attraverso i vari linguaggi espressivi e comunicativi, un processo nel quale il pensare ed il fare artistico si propone come perturbatore dell'ecosistema sociale locale, cambiandone le condizioni al contorno e favorendo l'espressione del capitale creativo e umano delle situazioni nel quale si va a operare, utilizzando il gesto artistico quale strumento/dispositivo per cambiare prospettiva e intorno al quale creare una nuova identità rafforzandone i legami. Trovo di fondamentale importanza sperimentare la ricerca e l'innovazione dei linguaggi che contribuiscono a comporre la contemporaneità dell'arte pubblica e al contempo la rivitalizzazione dei luoghi pubblici.
Inoltre l'arte pubblica in questo caso diventa anche comunicazione culturale delle valenze attraverso dialoghi orientati alla riemersione dell'ar-

monia e della bellezza come frequenza emotiva attraverso dispositivi artistici sperimentabili, pubblici e permanenti. Armonia ed equilibrio come motore di tutte le cose, tra cui la convivenza, l'accoglienza e l'incontro, che si fonda sull'arte. La pratica artistica formalizza: città, strade, case e piazze che avvicinano e divengono luogo di scambio quotidiano tra abitanti, contesto unico e indispensabile per favorire l'incontro tra diversità in molti casi multietniche.

L'intervento progettuale quindi genera e alimenta una sana e visibile abitudine comune e identitaria, creando incontri e riflessioni sull'opera e su quello che produce in termini di personale immaginazione.
Il pensiero che deve muovere il pensare e il fare progettuale è che la bellezza di una città non sta solo nelle mura, nei palazzi, nei monumenti, ecc. ma va rivalutata soprattutto nelle persone e nelle relazioni che queste siano portate ad attivare.

Tutto ciò si costruisce e si modifica giorno dopo giorno tramite il contributo degli occhi di chi la guarda, delle mani di chi opera, delle visioni di chi la immagina: al fine di creare uno spazio urbano che sia espressione di uno dei caratteri peculiari più importanti, la convivenza tra diversità.

Ritengo indispensabile prestare maggiore attenzione alla vita sociale alla destinazione di un luogo, alla sua identità, alla sua coesistenza e integrazione, al fine di creare corresponsabilità, creando ambienti vivibili che risveglino la qualità del carattere della vita allontanando il deterioramento del vivere quotidiano.
Da qui l'importanza di analizzare i contesti territoriali, i caratteri identitari e peculiari del luogo che deve divenire in itinere, oggetto di studio in modo tale da potervi inserire nuovi elementi progettuali in grado di valorizzare passato e presente con un occhio vigile al futuro, sviluppando in tal senso un vero e proprio laboratorio d'immaginazione collettiva, al fine di conferire allo spazio pubblico una valenza storica, sociale e artistica, attingendo dal nostro patrimonio culturale, attraverso la Ricerca, la Creatività e la Sperimentazione.
Chiudo con una citazione di Albert Camus (scrittore, filosofo, drammaturgo, giornalista ed attivista politico) che con serietà chiarificante ha illuminato i problemi della coscienza umana nel nostro tempo.

"Seppure involontariamente noi artisti siamo impegnanti. Non è la lotta a renderci artisti, ma è l'arte che ci costringe a essere combattenti. Per la sua stessa funzione l'artista è il testimone della libertà e questa è una motivazione che si ritrova a pagare cara.
Per la sua stessa funzione egli è impegnato nelle profondità più inestricabili della storia la dove soffoca la carne stessa dell'uomo."

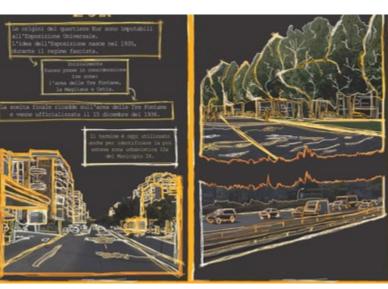
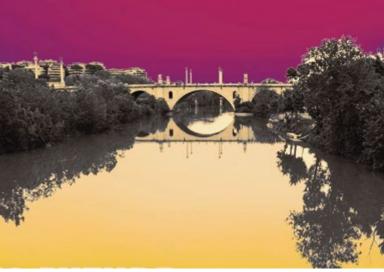
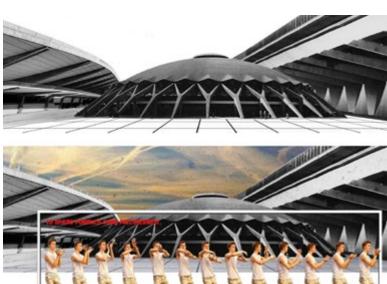
NEXT CITY

Note a margine della Biennale dello Spazio Pubblico 2019

di Rocco Converti

L'ultima edizione della Biennale dello Spazio Pubblico, svoltasi lo scorso Maggio presso l'ex Mattatoio di Testaccio a Roma, ha visto la partecipazione e il coordinamento da parte dell'Accademia di Belle Arti di Roma del workshop dedicato alle tematiche inerenti la formazione e l'educazione all'arte pubblica.
Il sistema formativo nazionale comprende organismi ed istituzioni che si occupano a vari livelli di formazione all'arte pubblica promuovendo corsi di diploma triennali e specialistici, master, workshop, conferenze, mostre ed eventi inerenti lo spazio pubblico nonché inserendo all'interno dei singoli percorsi di studio discipline che a vario titolo prevedono un'interazione con l'ambiente urbano.
L'arte è connessione tra realtà differenti, fisiche e virtuali, attuali e potenziali e, in quanto tale, supera ogni confine disciplinare affermandosi come atto di libertà ed espressione individuale e collettiva.
Dopo aver percorso una lunga fase segnata dall'egemonia di esiti di auto-rappresentazione figurativa della progressiva liquefazione della civiltà occidentale, l'arte, intesa nella sua accezione primaria di pre-visione di scenari possibili, può ritrovare un terreno fertile di rifondazione perseguendo una linea di ricerca tesa non solo ad una revisione critica delle attuali strategie di gestione del territorio ma anche del modello di sviluppo egemone a scala globale.
L'unilateralità della visione zenitale oggettiva posta alla base dell'azione di analisi e pianificazione urbanistica deve essere affiancata da sguardi laterali, diretti a cogliere e a rappresentare le dinamiche in atto nella società e quindi nello spazio antropico.
Una nuova generazione di "architetti e ingegneri scalzi", come li definisce Yona Friedman, al fine di attuare nuovi equilibri dinamici nello spazio esistente, dovrà affrontare le questioni emergenti dalla crisi globale delineando scenari possibili e promuovendo azioni trasversali come il riuso dello spazio e il riciclo dei materiali, la pratica dell'autopianificazione e dell'autogestione, nonché l'uso di tecnologie costruttive elementari in sinergia con sistemi di intelligenza artificiale.
In questo scenario un ruolo centrale viene sicuramente assunto dall'azione formativa dedicata alle strategie di

occupazione temporanea dello spazio per la realizzazione di eventi nonché alle tecniche di intervento reversibili sull'esistente le quali, svelando le potenzialità insite nei luoghi e suggerendo chiavi di interpretazione, obiettivi e metodologie di intervento sullo spazio pubblico alle varie scale, possono rappresentare una fonte inesauribile per guidare operazioni di rigenerazione ambientale e di appropriazione consapevole dello spazio urbano.
L'arte pubblica, stratificandosi nella storia dei luoghi, deve interpretarne la complessità e innescare processi inediti di lettura e uso dell'habitat urbano nonché dinamiche comunicative tra i suoi fruitori.
Il paesaggio urbano della surmodernità è invaso da un flusso in continuo mutamento di espressioni iconiche e aniconiche (videowall e manifesti pubblicitari, insegne luminose e locandine di eventi, videomapping e graffiti) che nel loro insieme si contendono lo spazio cercando di catturare la percezione dei suoi fruitori.

Nella iconosfera urbana surmoderna l'arte pubblica dovrebbe contrastare criticamente il dominio imposto dalle varie forme di pubblicità sullo spazio urbano proponendo visioni multilaterali che possano rappresentare l'identità e l'evoluzione della intera comunità urbana.
D'altra parte la connettività pervasiva della surmodernità innesca processi di colonizzazione dell'immaginario e induce emulazione dei comportamenti e omologazione della produzione artistica depotenziando la forza iconoclasta che l'arte pubblica potrebbe avere in questa fase.
Assistiamo ad una progressiva diffusione di interventi artistici decontestualizzati e alla crescente adozione di modelli di riferimento replicabili nonché alla realizzazione di operazioni artistiche finalizzate più alla loro riproducibilità mediatica che alla creazione di relazioni con lo specifico ambiente urbano.
~~Il pensiero corre immediatamente ad alcune esperienze svolte nell'ambito della street art, dove interi quartieri sono stati trasformati dalla realizzazione di murales troppo spesso autoreferenziali e comunque insufficienti a trasformare le modalità di uso dello spazio urbano considerato semplicisticamente come mero supporto fisico.~~
~~Il rischio di una deriva autoreferenziale dell'arte pubblica e di una sua strumentalizzazione finalizzata a favorire processi di speculazione immobiliare e gentrificazione impone l'assunzione di responsabilità da parte di chi opera nella formazione e nella educazione all'arte pubblica nello spazio urbano.~~
La decolonizzazione dell'immaginario dai modelli imposti a scala globale attraverso la connettività pervasiva non può che essere la premessa necessaria per avviare un progetto di resilienza rivolto alle comunità locali sulla cui base rifondare il senso dell'agire artistico in ambito urbano.
L'attività di formazione ed educazione all'arte pubblica dovrà essere soprattutto esperienziale ed orientata a illustrare processi di formazione e non forme concluse, nonché a porre problemi da risolvere e non soluzioni da replicare in ogni contesto.
La natura effimera degli interventi di arte pubblica determina inoltre la necessità della loro documentazione e comunicazione attraverso forme di rappresentazione che, dovendo includere sia la dimensione spaziale che quella temporale, danno luogo a progetti grafici e multimediali innovativi di fruizione differita degli eventi.
Rientra in questo progetto anche l'azione formativa rivolta all'uso delle tecnologie digitali di analisi, rappresentazione e modificazione dell'ambiente urbano che, prefigurando scenari nei quali si afferma la dimensione della connettività e della multidimensionalità dell'essere, definiscono un contesto astratto, avente valore di paradigma nei confronti della ricerca artistica, anche se in tale contesto si nasconde il rischio di una pericolosa deriva tecnocratica tesa all'esproprio della libertà creativa e comunicativa.
In una fase storica, segnata a scala globale dalla progressiva diffusione di individualismo e intolleranza, l'arte pubblica può creare innanzitutto un campo di ricostruzione delle relazioni intersoggettive nonché avviare nelle comunità una nuova fase di dialogo e consapevolezza di una identità comune che, abbattendo barriere ideologiche e culturali, possa ricondurci sul difficoltoso percorso della convivenza pacifica.

UN INCONTRO IN POSITIVO

di Beatrice Sansó de Ramírez

La vita mi ha dato l' opportunità di avere avuto uno strumento che mi permettesse lavorare per i venezuelani e di poter migliorare con esse la loro qualità di vita. Questo, in America Latina non solo diventa importante, ma risulta essere un'urgenza.
Il Venezuela è un paese immensamente ricco di risorse naturali (la più grande riserva certificata al mondo di petrolio; più tanto oro; coltan; torio; acqua; ecc.), ma, mono produttore e assolutamente dipendente dalle grandi economie, e così, uno "Stato satellite". Una volta scoppiata la bonanza petrolifera, i campi furono abbandonati e le persone sono scappate nelle grandi città alla ricerca di lavoro.
Le colline della bellissima Valle di Caracas, di straordinario clima, furono circondate da una infinita cintura di miseria con baracche ("ranchos") e situazioni sociali complesse.
Le bassissime "royalty" ricevute dal petrolio non erano destinate al benessere della popolazione, ma a ricapitalizzare la società pubblica del petrolio (PDVSA), facendo di essa uno "Stato dentro dello Stato".
Con la Riforma Costituzionale del 1999 (via Assemblea Nazionale Costituente) e in conseguenza, anche della Legge degli Idrocarburi, si stabilì come principale uso del reddito derivato dal nostro primo ricorso naturale al "vivere bene" dei cittadini.
In questo stato dei fatti, lo strumento del quale vi ho parlato "Ut Supra", fu creato grazie a queste premesse legislative e si trattò di una bellissima casa di origine coloniale (spagnola), circondata da 3 ettari e mezzi di giardino tropicale, dalla quale sede mi occupai dei problemi sociali di Caracas. Prima, aprendola veramente al pubblico, per il quale organizzavamo delle variate attività culturali, sotto la premessa assoluta di farle "continue, gratuite e con altissima qualità", e dopo, andando al di là dai suoi propri muri per impattare la città attraverso la cultura, l'arte pubblica e lo spazio urbano.
Siamo stati capaci così di trasformare questo immobile in un vero e proprio ente di gestione generale (denominata PDVSA LA ESTANCIA), destinato al collettivo e le quali funzioni svolgevamo tramite tre assi di azione: culturale, di valorizzazione patrimoniale e sociale (questo ultimo, sempre presente in modo trasversale agli altri restanti).
Avendo iniziato nel 2004, già per gennaio del 2014 (quando lasciai il Centro), avevamo eseguito più di 40 progetti, tra i quali, restaurazioni di arte pubblica patrimoniale e riabilitazione di spazi urbani erano la maggior parte.

Ho capito così che il problema dello spazio pubblico è un fatto di indole sociale, più che di localizzazione estetica, e che il medesimo è sicuramente il vero strumento per abbattere i flagelli della droga, dell' insicurezza e dell'ozio improduttivo. È lì dove siamo tutti uguali, dove si impara a condividere, e dove dobbiamo comportarci come veri cittadini. Questo, ovviamente, se lo spazio si crea non in forma isolata, ma in maniera che in esso si possano integrare tutti i fattori che lo caratterizzano e influiscono, e soprattutto con la consapevolezza delle comunità, che saranno quelle che in definitiva genereranno il senso identitario che permetterà di mantenerlo vivo e in permanente adeguamento agli interessi degli usuari.

Questo convincimento e partendo sempre dell' interesse di lavorare in beneficio del popolo, mi ha portato ad insistere nello studio della tematica di spazio pubblico, cosa che ho potuto approfondire in NYU con il Diplomato ("Advanced Diploma in Cities and Urban Development ").

Ora bene, dovuto al mio permanente contatto con L'Italia, mi è stato chiara la necessità della reinvenzione e l' aggiornamento di Roma come città, per farla camminare al tempo delle grandi metropoli del mondo. Ovviamente, deve mantenere la sua unicità. A tali effetti, sappiamo che non può essere facile, portare avanti questa idea in una città dove a tutti i problemi urbani devono unirsi quelli relativi all' enorme quantità e qualità di beni patrimoniali e al turismo, ogni giorno più vorace e massivo. Per ciò, nel mio carattere di professoressa ho cercato di contattare le Università, anche gli organismi e le istituzioni dell' area, senza risultato nessuno.

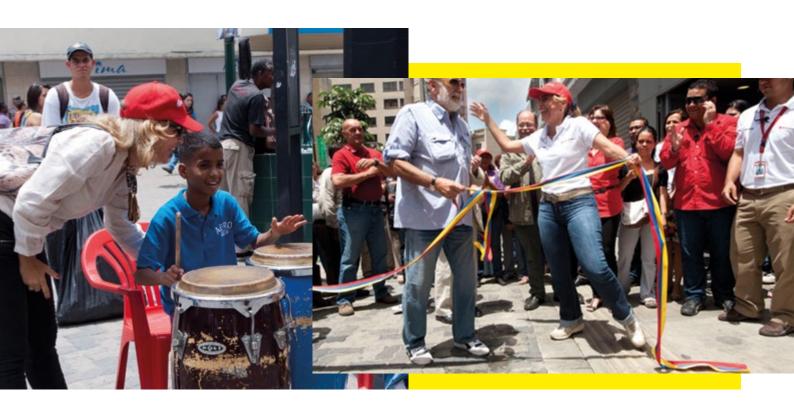
> Nonostante tutto, ho insistito con queste sollecitudini, e la mia sorpresa fu la pronta risposta da parte degli organizzatori della V° Biennale dello Spazio Pubblico di Roma (MAGGIO-GIUGNO 2019), ben denominata "INCONTRI", specificamente, da parte dell' architetto Manuela Alessi, una delle coordinatrici del gruppo di "Arte Pubblica", dopo aver ricevuto la mia presentazione. Così fui incorporata al gruppo di "Arte Pubblica come elemento di rigenerazione urbana, sociale e culturale", coordinato a sua volta dall'architetto Claudio Gnessi.

Sembra in questo modo, che avessero capito l'importanza e anche la sua utilizzazione per i problemi comuni fra Roma e Caracas, del progetto che volevo far conoscere, e il quale avevamo solo portato a centri di discussione latinoamericani!
Prima di contattarli, avevo letto ovviamente in dettaglio le caratteristiche dell' Incontro. Mi impressionò, il modo di catalogare le diverse tematiche, la chiarezza delle idee e degli obiettivi, la forma di porre le problematiche, la novità nel trattamento dei diversi aspetti da discutersi, il variato carattere degli eventi, e l'accertamento nella scelta degli invitati nazionali e internazionali.
L'intercambio con i responsabili fu chiaro, flessibile, serio ma non rigidamente formale. Diverso definitivamente da quello che caratterizza alle Biennali o Simposi in generale.
Questo stesso spirito ha caratterizzato le riunioni. Così, tanto i chiamati "keynote" (partecipazioni) principali e soprattutto le discussioni gruppali sono diventati delle aule per condividere punti di vista. La nostra relatrice, l'architetto Alessi, ha distribuito un cartone bianco grande per farci scrivere parole identificative e iconiche della nostra tematica. Con questa metodica è stato molto più semplice arrivare ad aspetti comuni per incorporarli a quello che costituirebbe la proposta gruppale, per spiegarla alla plenaria e finalmente, incorporarla alla Carta di Spazio Pubblico ("Chaterplatz"), emessa per la prima volta alla Biennale di Roma dell' anno 2011, e messa in questa opportunità a disposizione del pubblico nell' Aula Pirani, come laboratorio di partecipazione di esperti e del pubblico in generale.
Lo spazio scelto per l'evento non poteva essere più adeguato. La sede del Dipartimento di Architettura Roma Tre, localizzata nell'ex-mattatoio della tradizionale zona di Testaccio a Roma, la quale infrastruttura è stata riqualificata e minimalisticamente riabilitata in modo identitario e giovane, pure se in attesa di un progetto completo che era imperativo presentare in un' area di discussione come questa della Biennale d'incontro proprio di chi difende l'uso condiviso di spazi pubblici urbani.
In parallelo, nelle altre aule si esponevano proposte per il Concorso di progetti di spazi pubblici e video per l'ambiente; destinati anche agli studenti , si svolgevamo "workshop", seminari, conferenze e si scambiavano idee in tavoloni e lavagne per permettere a tutti di collaborare.
Il Direttore dell' Accademia di Arte è stato invitato a partecipare e lo ha fatto pure attivamente. Questo perché le diverse discipline studiate, non sono state considerate come dei compartimenti stagni.
La parte internazionale è stata magistralmente moderata dai professori Carlo Gasparrini e Pietro Garau, che, non solo hanno lavorato con l'accompagnamento dell' Olanda ma anche hanno portato le esperienze più nuove di città come Johannesburg, attraverso le parole dell' espositore Bryne Maduka, ma anche di quelle urbe pioniere (Jordi Bellmut- Biennale Architettura del Paesaggio, Barcellona). L'analisi delle tematiche partendo dalla Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile e il contrasto ai cambiamenti climatici, approvata dall'Assemblea Generale delle Nazione Unite, ha messo le discussione a livello globale, provocando lo studio di proposte universali più che di rimedi locali (Con la partecipazione, tra gli altri di Sara Hoeflich de Duque: "United Cities and Local Government").
Tutto assolutamente in coordinazione con l' UN Habitat e il Sottosegretario Generale dell' ONU (Mamuna Shariff, chi, non solo ha trasmesso un messaggio tramite un video fatto "ad hoc", ma ha anche invitato i partecipanti a continuare con le discussione nella Biennale di Spazio Pubblico

di Abu Dhabi nel 2020).
La presenza delle diverse istituzioni interessate, come Roma Capitale; Regione Lazio; MIBACT; ANCI; CNAPPC; INARCH Lazio; INU Lazio e Federic Sayez (UN-Habitat). L' inclusione di eventi in contemporanea relazionati con specifiche aree romane, la "IX Atlante dell Infanzia a Rischio", le periferie dei bambini, ecc., sono stati elementi che hanno arricchito l'evento e dato legittimità alle sue conclusioni.
Finalmente, la premiazione dei concorsi "Accademia delle Belle Arti"; "Chiara Nervi"; video "Tutta mia la città"; il report delle tre aree tematiche e l'aggiornamento della "Charterplatz" (Misto inglese-tedesco per "Carta strada"), hanno chiuso con "spilla d'oro" il nostro lavoro.
Tutto questo sotto la magistrale direzione del professore Mario Spada, chi dalla prima Biennale nell'anno, non si è fermato nella sua idea di fare di questa, come già ci è riuscito, un punto di riferimento mondiale.

> Così, declinato in tre aree tematiche "Verde Pubblico", "Mobilità Sostenibile" e "Arte Pubblica", la Biennale ha avuto come obiettivo principale costituirsi in un INCONTRO per promuovere gli Incontri nello spazio pubblico, intendendolo come prezioso strumento di rigenerazione urbana attraverso però delle azioni di costruzione condivisa degli interessi riuscite attraverso i modi della democrazia partecipativa.

Ma andando più avanti, la Biennale ha mostrato che lo spazio urbano pure se dipende dalle comunità che lo circondano, se genera identità, lo farà al di là delle area comune e pure della città o paese in questione, perché deve creare un senso di consapevolezza verso la sostenibilità dell'ambiente visto come un tutto, come unica via di salvezza della nostra terra, bene comune degli esseri umani.
Ci sono riusciti allora gli organizzatori, a dare un carattere inclusivo alla Biennale, in modo di aver dato voce a chi, come nel mio caso, ha desiderato con la propria partecipazione mostrare un interesse attivo per una riappropriazione fisica della città di Roma, trasmettendo la propria esperienza "caraqueña", pure più complessa, ma riuscita con successo, attraverso metodi che, non soltanto hanno inteso l' urbanismo come un lavoro di disegno ma soprattutto come una attività che solo può andare avanti più che con la sola partecipazione, con il permanente accompagnamento sociale. Anche, tramite l'adeguazione di discipline diverse come il Diritto Amministrativo, per agevolare i ceppi delle burocrazie quotidiane e contrarie paradossalmente al proprio loro interesse che non è altro che quello generale e pubblico. Questo, utilizzando procedimenti di emergenza che stabiliscano metodiche urgenti; e, finalmente, con la presenza delle attività culturali e l' arte come modo di promuovere il senso d'identità , d'improntamento ("empowerment"), e conseguenzialmente, un'UTOPIA POSSIBILE.
Vogliono finalmente essere queste righe una forma di trasmettere i migliori complimenti a questo gruppo di professionisti che da alcuni anni, con le unghie si sono dedicati a generare lo scambio tra i cittadini atraverso la promozione di uno spazio pubblico inclusivo, nutritivo, effettivamente d'INCONTRO non solo fisico, ma anche di "saperi"(culture), di arte, di attività culturali permanenti, di esperienze, di bimbi che corrono, giovani presi per mano, lavoratori, impiegati, turisti, tutti diversi, tutti insieme.

*

Un giorno le macchine riusciranno a risolvere tutti i problemi,
ma mai nessuna di esse potrà porne uno.

Albert Einstein

{ Segnalazioni }

ILLUSTRAZIONE **ELENA LONGARINI**

---

*

we are all down

Identità in divenire

testo di Roberta Melasecca

"Perdersi a Eudossia è facile: ma quando ti concentri a fissare il tappeto riconosci la strada che cercavi in un filo cremisi o indaco o amaranto che attraverso un lungo giro ti fa entrare in un recinto color porpora che è il tuo vero punto d'arrivo."

Italo Calvino ne **Le città invisibili** spiega come ogni abitante della città di Eudossia confronti continuamente all'ordine immobile del tappeto una sua immagine di città, una sua angoscia, ed ognuno trovi, tra le volute disegnate e gli arabeschi, **una risposta, il racconto della sua vita, le svolte del destino.** Il tappeto non descrive Eudossia, ma la spiega ed aiuta a non smarrirsi: è una mappa di un territorio interiore ma anche una trama, un insieme di relazione tra punti. Massimo Arduini costruisce con minuziosi ed infinitesimi ricami una mappa per orientarsi nel mondo intimo ed interiore: con passi leggiadri e talvolta nascosti, apre la porta e ci accoglie in un limbo soffuso, nelle stanze di una realtà coincidente e parallela dove intesse trame, incide segni, delinea scorci di momenti trascorsi e permanenti. Tracciando geografie e filamenti **attraverso un lungo giro**, definisce una matrice relazionale, un complesso di connessioni, una **corda che intreccia molti elementi altrui**: ogni nuovo abitante della sua città invisibile rimane intriso di identità e concordanze, scorgendo ad ogni dove ritratti ed autoritratti. Ad ogni passo si attua un processo cognitivo ed emozionale indotto dallo sdoppiamento tra la parte che osserva e quella osservata e dalla coincidenza tra l'io soggetto-spettatore e l'io oggetto-rappresentato: Massimo ricontatta il suo essere, narrando di una immagine che è l'articolazione della sua stessa identità e che sintetizza il volto degli altri. Il **recinto color porpora** è il territorio recondito e celato del paesaggio dell'anima: protegge e racchiude e, contemporaneamente, assurge a sorgente inesauribile di scoperta dell'altro da sé e dell'altro accanto.

We are all down è un andare lento, che procede dagli spazi esterni a quelli interni, materiali ed immateriali, in una duplice corrispondenza dei luoghi e dei pensieri: esplora ambiti e confini, quegli attimi interstiziali che segnano il passaggio a brani diversi e inattesi. Ancor prima di varcare il confine tra il fuori e il dentro lo spazio espositivo, scorrono scene di vita su superfici di transito che solo parzialmente occultano la realtà che all'interno accade.

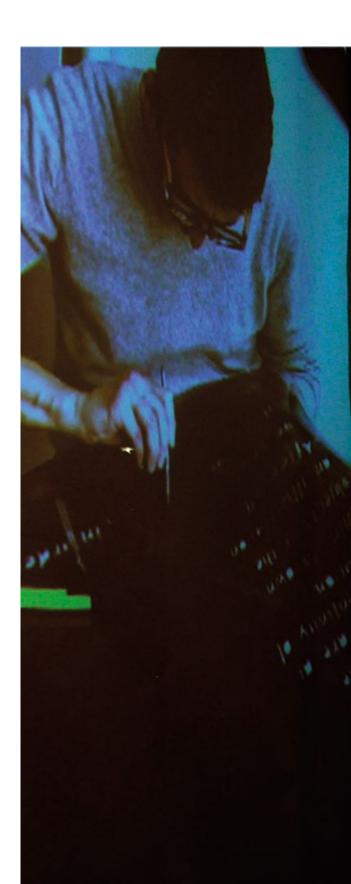
"Sulla soglia d'accesso alla galleria un video fruibile dall'esterno crea una dimensione che Massimo Arduini definisce **voyeuristica**: si ha infatti l'impressione di osservare da fuori ciò che accade in un ambiente interno, privato." Così spiega la curatrice Emma Ercoli, nel testo di presentazione della mostra, e continua: "L'opera video si fa soglia di un vissuto quotidiano e, collocandosi in una zona di confine - la porta finestra dell'ingresso - sottolinea fin da subito la dinamica dei transiti possibili tra il dentro e il fuori, dello scambio tra interiorità ed esteriorità. Le riprese e autoriprese a telecamera fissa sono state girate durante i pranzi domenicali a casa della madre dell'artista dove vive anche la sorella con sindrome di Down. In questa serie di sequenze la telecamera è stata posizionata proprio nel punto in cui si trova il letto dove Massimo Arduini dorme quando pernotta in famiglia. Altre scene sono state girate nella casa paterna poco fuori Roma, altre ancora riprendono l'artista nel suo studio mentre incide le lettere del lavoro **Unica/ One Thing** o mentre disegna **Bed/Il quotidiano in abîme**. Il video ci pone di fronte un'intimità subito "svelata", con frammenti di storia personale che non si compongono mai in un racconto lineare: sono brandelli di vita che Arduini raccoglie, analizza e rielabora, senza arrivare mai a una sintesi." Varcata la soglia, le immagini rimangono come viatico e oggetti cari di iniziazione, mentre l'ambiente interno è scandito da manufatti del presente e della memoria che si intrecciano a riferimenti letterari ed eruditi, a storie raccontate in altre storie, a parole espresse e graficamente visualizzate, ad elementi di arredo estrapolati e decontestualizzati dal loro luogo originario e chiamati a ricostruire profumi e suoni dall'abisso. A sinistra accoglie il visitatore l'opera **Bed/Il quotidiano in abîme**: "l'esito di un intervento di paziente e meticoloso lavoro manuale realizzato su poliestere, partendo da un'elaborazione digitale della foto del letto dell'artista.

(Rebus: 2, 10, 2, 5)
IN.
Q T NO.
AB.
IL
ME

Un lavoro in cui i passaggi da un medium all'altro non sono più leggibili e il risultato finale è ottenuto con l'uso di pennarelli che disegnano i tracciati grafici utilizzando i tre colori base del ciano, magenta e giallo." Il letto, ambito classicamente deputato al riposo e alla cura di se stessi, diventa, in questo nuovo regno domestico, un momento di elaborazione delle relazioni familiari, da costruire e ricostruire giornalmente mediante minime azioni pazienti e reiterate nel tempo. Da questo inusuale punto di vista, anche noi abitanti provvisori, entrati per caso e in punta di piedi, possiamo ora osservare i ritratti-autoritratti disposti sulle altre due pareti, realizzati con la tecnica del morphing: "I ritratti svelano e nascondono, non c'è immagine che non si carichi di vissuto, di DNA ricevuto e donato, non c'è identità riconducibile solo a se stessa."
Nell'opera **Unica/One Thing** l'artista fonde e trasfigura i tratti e le fattezze della madre e della sorella, mentre nell'opera **I luoghi detti/We Are All Down** è il suo stesso volto a trasmutare in quello della sorella; un testo, in lingua italiana nell'autoritratto e tradotto in lingua inglese nel ritratto6, viene intagliato e sovrapposto alle immagini, a rimarcare la consapevolezza dell'unità sostanziale dell'io. "In questa dinamica io/tu, vedere/vedersi, rivelare/rivelarsi, in questo continuo mutamento da uno stato all'altro, l'artista si spinge verso la soglia di una vera e propria assunzione su di sé della "diversità" dell'altro/a. L'effetto fuori-fuoco rende inafferrabile la soglia della mutazione su cui Arduini lavora interrogandosi sul senso dell'identità prestabilita, costretta all'interno di griglie categoriali fisse e binarie (normale-anormale)."

L'artista attiva, in tal modo, un complesso documento psicologico, un processo di riparazione che evidenza una scissione e uno sdoppiamento tra l'io attivo che crea e l'io passivo che soffre e si interroga sul senso e sui limiti della propria identità. Non pago del ruolo assunto, frammenta e deframmenta sensi e significati e depone gli scarti delle lettere intagliate in un piccolo contenitore, posato su una colonnina di onice verde, simulacro ed altare del gioco delle sostituzioni, che ognuno può riutilizzare a suo piacimento. L'attitudine e la predilezione per una visione giocosa sono rimarcate da **Bed/Rebus**: l'opera rappresenta, infatti, un finto rebus la cui soluzione rimanda a **Bed/Il quotidiano in abîme**, realizzando un ulteriore spostamento di confini tra realtà e finzione: "il mondo del gioco diviene veicolo per scoprire ciò che si nasconde nell'universo degli oggetti quotidiani e per riappropriarsi di quella dimensione che un tempo intimamente ci apparteneva. **Bed/Rebus** apre di nuovo una serie di scatole cinesi, un transito tra immagini reali e apparenti, vissute o sognate."
L'ultimo elemento del mondo ricostruito è un lightbox che Massimo posiziona in luogo quasi nascosto: Inseparabili ritrae la madre e la sorella sulla spiaggia in una luminosa giornata estiva, mentre un testo, **"We Are All Down. Due gocce d'acqua"**, campeggia sul fondo. L'immagine è nitida, nessun dissolvimento e sovrapposizione, solo l'evidenza di due specifiche identità che, per essere tali, vivono l'una dell'altra. L'artista, in questo ineffabile e silenzioso divenire, si fa lui stesso terra di transizione, spazio interno che tende ad emanciparsi dalla sfera privata per rimanere punto di mediazione con l'esterno. Nel tessere orditi e fili di storie e tracce, si tramuta in pelle porosa che collega altre dimensioni e che assorbe e restituisce memorie e trasformazioni. Nell'azione del raccontare e svelare, determina un meccanismo di apertura del mondo interiore e relazionale, coinvolgendo l'altro, proveniente da realtà estranee, in una sottile e impalpabile esperienza di somiglianza e condivisione.

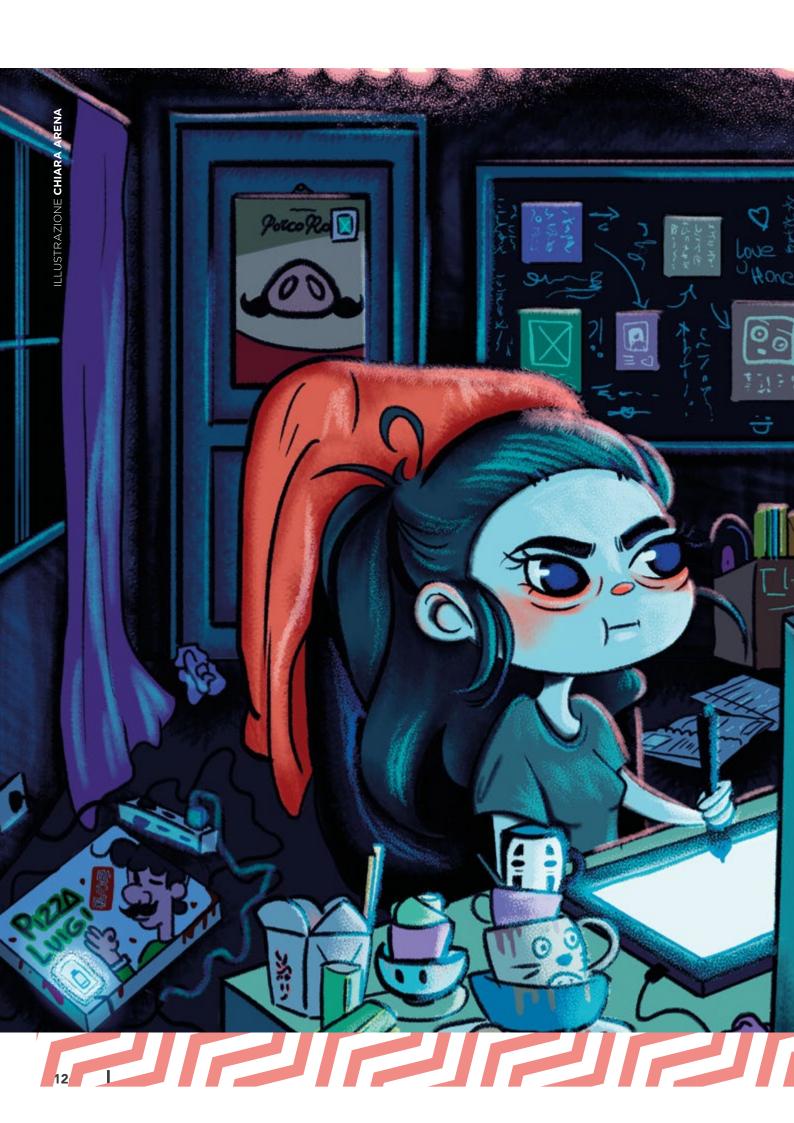
*"È delle città come dei sogni:
tutto l'immaginabile può essere sognato ma
anche il sogno più inatteso è un rebus che
nasconde un desiderio, oppure il suo rovescio,
una paura. Le città come i sogni sono costruite
di desideri e di paure, anche se il filo del loro
discorso è segreto, le loro regole assurde,
le prospettive ingannevoli, e ogni cosa
ne nasconde un'altra."*

ILLUSTRAZIONE CHAI FANGYU

IL CAMBIAMENTO TECNOLOGICO
e l'industria d'animazione giapponese

di Yurie Kuniyuki

Nonostante un declino nei guadagni, sia io che i miei colleghi riteniamo che il mercato, nel settore dell'animazione, si stia ampliando e rinascendo. Penso questo in quanto dopo il successo del film "Your Name" (2016) sono stati rilasciati più progetti originali, ovvero non basati su opere già esistenti. Un'altra componente legata a questa rinascita è lo sviluppo della ricerca in campo digitale che ha permesso la pubblicazione di contenuti più costante e di alta qualità.
Questa ricerca tecnologica è iniziata con "La principessa Mononoke" (1997) dello Studio Ghibli, diretto da Hayao Miyazaki. In questo film, per via del carico di lavoro estremamente pesante, sono stati digitalizzati il processo di "pittura" (sfondi e personaggi) e di "editing" permettendo quindi di accelerare il flusso di lavoro.
Quindici anni fa era raro vedere degli storyboard fatti in digitale, infatti i "fotogrammi chiave" (keyframes) ed i "fotogrammi secondari" (inbetweens) venivano disegnati a mano. Da tre anni a questa parte, invece, il processo di digitalizzazione si è esteso e tocca anche i fotogrammi chiave. Ciò è stato possibile grazie al progressivo sviluppo tecnologico, che ha permesso di avere a disposizione programmi e computer ad un prezzo minore. Un programma che ha aiutato in maniera considerevole l'industria dell'animazione è stato Clip Studio Paint (CSP)(2001), che ha permesso una produzione più semplice e veloce di contenuti. Unendo i suoi precedenti programmi di animazione, disegno e pittura digitale, la CELSYS ha dato vita a questo nuovo software su cui sta concentrando tutta la sua attenzione, rendendolo sempre più efficiente

TITOLO ORIGINALE: HOW THE SHIFT IN TECNOLOGY SHOW US THE PROBLEMS IN THE ANIMATION INDUSTRY IN JAPAN

TRADUZIONE ITALIANA: LUDOVICO SERRA

attraverso costanti aggiornamenti. Secondo un sondaggio, fatto da una casa di produzione, tra Cina e Corea si è registrato un aumento del 30% di contenuti animati tra il 2017 e il 2018 grazie all'uso di software come CSP. Questo dimostra come ci sia un'urgenza di digitalizzare in maniera completa e fluida il processo d'animazione.
Nel 2018 ho pubblicato un libro intitolato "Clip Studio Paint for making Japanese animation", riguardante l'uso di CSP per l'animazione. Il mio prossimo progetto scritto verterà sullo stesso argomento, ad arricchire il mio lavoro ci saranno altri quattro animatori che insieme a me racconteranno la loro esperienza in campo lavorativo.

Da un paio d'anni ho potuto notare che non mi è più stato richiesto di disegnare su carta, questo mi ha fatto riflettere su come i processo di digitalizzazione diventi sempre più evidente; ma nonostante questo il digitale non risolve tutti i problemi degli animatori, sopratutto a livello economico. Per poter iniziare a lavorare, la maggior parte degli artisti deve acquistare autonomamente il proprio computer e i programmi necessari, ma nel caso di artisti emergenti si tratta di una spesa rischiosa visto che i loro stipendi non permettono di rientrare subito dei costi. Questo porta a situazioni lavorative insostenibili con risultati di basso livello. Inoltre grazie alla maggiore facilità con cui si può "piratare" un prodotto digitale e al fatto che il prodotto finale è già stato visionato gratuitamente in televisione, possiamo ben capire quanto sia difficile rientrare dei costi con il sistema economico dell'industria d'animazione, basato sulla vendita di dvd e bluray. Ciò dimostra quanto sia complicato per una casa di produzione rimanere al passo a livello tecnologico. Un settore meno negativo da questo punto di vista è quello dei giochi per cellulari, ma anche in quel caso la situazione non è completamente positiva. Un altro fattore da tenere da conto è che la digitalizzazione permette di lavorare anche al di fuori della stessa città in cui lo studio di animazione risiede, vivendo quindi in zone in cui il costo della vita è minore. Ad esempio io vivo in una zona rurale vicino Tokyo, permettendomi di vivere con un maggiore contatto con la natura e migliorare come artista in tranquillità.
In conclusione è innegabile l'avanzare della tecnologia e ciò immetterà sempre nuovi standard e nuovi utilizzi.

,

*

Se l’uomo lasciasse a casa il cellulare
per un giorno intero si catapulterebbe in
un mondo parallelo chiamato realtà.

Enrico Pusceddu

{ La vetrina delle tesi }

ILLUSTRAZIONE **ELENA LONGARINI**

*

Testi, illustrazioni e fotografie di Alessia Annibali

SILENZIO RICORDO MEMORIA

ANNA FRANK, I CAMPI DI STERMINIO E SAMUEL MODIANO

Silenzio, Ricordo, Memoria, tre concetti chiave con cui affronto la mia tesi.
Un progetto che nasce con l'idea di rendere omaggio a qualcuno che ha avuto un ruolo fondamentale nella storia.
Il 2019 è un anno pieno di ricorrenze, sia nel mondo dell'arte con i cinquecento anni dalla nascita di Leonardo da Vinci, che in quello della letteratura e della storia contemporanea con Primo Levi, che nasceva cento anni fa, nonché i novant'anni dalla nascita di Anna Frank.
Lei la mia ispirazione, Anna Frank uno dei simboli della Shoah grazie al suo Diario, scritto proprio quando con la sua famiglia, si nascondeva dai nazisti.
Dopo aver letto attentamente il suo libro ho iniziato ad illustrare il Diario di Anna Frank attraverso un silent book (immagini senza parole), libro in cui la narrazione si sviluppa attraverso le immagini che raccontano in progress il divenire degli eventi.
Rielaborazione in digitale, rivolte ad un pubblico più giovane e abituato ad una comunicazione tramite immagini.
Inoltre ho affrontato un viaggio nei campi di sterminio ad Auschwitz e Birkenau in Polonia dove ho voluto raccontare attraverso fotografie, l'orrore dell'Olocausto, per non dimenticare.
Il lavoro fotografico si contrappone allo stile delle illustrazioni e allo stesso tempo comunica con esse. Infatti, se nelle illustrazioni ho voluto sottolineare l'umanità e i sentimenti di Anna Frank, con tutte le sue vicende, nella narrazione fotografica ho voluto mettere l'accento su quella che è la mancanza dell'umanità, sia da un punto di vista compositivo che semantico. Allo stesso tempo questi due lavori comunicano dato che vogliono parlare, con linguaggi diversi, a vari target di età: dai più piccoli ai più grandi.
Uno dei punti cardine, che mi ha maggiormente sconvolta è stato l'incontro con Samuel "Sami" Modiano, uno dei superstiti dell'Olocausto, del quale ho dato testimonianza proprio in un capitolo di questa tesi.

Venendo da un percorso specialistico formativo in grafica e fotografia, ho pensato di far interagire in questo mio progetto di tesi, entrambe le discipline. Non a caso ho utilizzato sia la fotografia, sia l'illustrazione per "dare forma e immagine" a quella che è stata la follia dell'olocausto e al contempo per rendere omaggio, partendo proprio da Anna Frank, a tutte le vittime di questo momento buio della storia del Novecento.
A seguito di uno studio approfondito sulle vicissitudini che hanno ruotato intorno all'Olocausto e alle persone che ne sono state artefici e vittime, ho capito che la storia ha tante chiavi di lettura e che può essere raccontata attraverso vari mezzi.
Illustrazioni, fotografie, storie; ognuna di queste utilizzate per far riflettere e non dimenticare. Parole e racconti che ancora oggi ci toccano così profondamente, una volta che i loro testimoni non ci saranno più, resteranno nella nostra memoria solo attraverso le documentazioni in forma scritta, fotografica o illustrata. E quindi compito nostro quello di prestare attenzione e di trasmettere questi saperi per far sì che la storia ci sia davvero di insegnamento e non solo strumento di propaganda politica, come oggi spesso accade.

Progetto di Tesi Alessia Annibali
Grafica e Fotografia

alessiaannibali@hotmail.it

Silent- Book - Libro illustrato di Anna Frank

Ricorda che hai diritto

Un calendario sui diritti dei bambini

a cura di Giuseppe Cardillo

L'Infanzia corrisponde oggi a quel periodo ben preciso della vita umana, che inizia dalla nascita e che si conclude con l'insorgenza dei primi segni della pubertà, chiamata anche terza infanzia. Questa fase della vita è ritenuta da molti psicologi e pedagogisti come quella più importante e fondamentale, dove l'essere umano comincia a conoscere e a imparare tutto ciò che lo circonda, attraverso una buona educazione che gli dia la possibilità di vivere in modo civile e responsabile nella società odierna. Purtroppo però questa fase di vita, non è sempre stata considerata nel modo opportuno. Prima del novecento, infatti, il bambino era percepito come un individuo da rendere adulto il prima possibile e non era valorizzato questo periodo della vita. Solo in età contemporanea ci si avvia ad un pieno riconoscimento dei diritti anche del soggetto in età evolutiva, ed è questo che la mia tesi vuole evidenziare, l'importanza che ha per un bambino un'infanzia che sia in grado di rispondere a tutte le sue esigenze e a tutti i suoi bisogni nei diversi ambiti della vita.
Tale considerazione, infatti, mi ha portato alla realizzazione di un prototipo di un calendario illustrato e perpetuo sui diritti dei bambini, chiamato "Ricorda che hai diritto". Esso si presenta come un prodotto del tutto originale, che vuole mettersi in contatto diretto con il suo fruitore cioè il bambino, che con l'aiuto dei suoi genitori, avrà la possibilità di conoscere i più importanti diritti della Convenzione Internazionale, firmata e approvata da quasi tutti gli stati del mondo il 20 novembre del 1989. In apparenza potrebbe risultare un normalissimo calendario, ma in realtà, la presenza di 12 silent books al suo interno, lo rende un canale di comunicazione del tutto innovativo, infatti i diversi messaggi trasmessi da questi libri, in cui la narrazione si sviluppa attraverso le sole immagini o illustrazioni, rendono più semplice e creativa la comprensione dei diritti dei bambini e le problematiche di oggi a essi legati, come l'abuso della tecnologia, la disabilità, lo sfruttamento minorile, l'identità personale, l'istruzione e tante altre esistenti non solo sul nostro territorio, ma anche nel resto del mondo.

Tesi di Diploma
"Grafica e Fotografia",
corso di II livello specialistico
2017/2018.

In apertura:
Prototipi dei due calendari realizzati.

Sopra:
Prototipo di un silent book e del calendario da tavola.

Inoltre ogni silent book, dedicato al mese corrispondente, vuole meravigliare, sorprendere e far viaggiare il bambino verso nuovi mondi oltre l'immaginazione possibile, dove poter anche diventare i protagonisti delle storie illustrate.
Non sono solo le immagini ad aiutare il bambino nella scoperta del diritto corrispondente alla storia, ma bensì anche la presenza nelle ultime pagine, di alcune domande legate al diritto espresso e ad alcuni aspetti fondamentali della vita del bambino.
Tutti voi adesso vi starete domandando come sia riuscito ad unire materialmente i 12 silent book al calendario. La risposta è molto semplice, infatti nella fase creativa e progettuale di questo prodotto innovativo, ho deciso di seguire due strade particolari, che hanno dato poi vita a due proposte simili, ma diverse tra loro nella presentazione.
La prima versione, quella più costosa, presenta un calendario da tavola molto particolare, visto che al suo interno troviamo 12 schede per i 12 mesi, separate tra loro e poggiate su un supporto di plaxiglass, realizzato dall'azienda EURONEON s.r.l, esperta nelle lavorazioni di materiali speciali. Tale supporto è stato adattato al formato stesso delle 12 schede, cioè 21x29,7 cm e può funzionare anche come packaging, essendo composto da due elementi aperti, che possono formare una scatola.

Le 12 schede, oltre ad avere le classiche colonne con i giorni e i numeri per indicare le diverse date del mese, presentano delle tasche incollate su di esse, con all'interno i silent books.
Queste tasche sono costituite da un'illustrazione personalizzata, inerente alla storia del mese ed hanno lo stesso formato dei silent books stessi, cioè 15x15 cm, ma con qualche millimetro in più.
Invece la seconda versione, quella più economica, è molto simile al classico calendario da muro con la rilegatura a spirale, con all'interno schede che sfruttano di nuovo l'utilità delle tasche contenenti i libricini e schede dove sono presenti, invece, le tabelle con i 12 mesi. Il formato scelto per queste schede si diversifica moltissimo da quelle presenti nella prima versione, avendo infatti le dimensioni corrispondenti a 25x25 cm.
Nonostante le svariate differenze, tutte e due i protopi realizzati possono tranquillamente essere utilizzati per supportare campagne sociali, promosse da organizzazioni e associazioni speciali, come l'UNICEFF e Save the Children, impegnate nella salvaguardia dei diritti dei bambini. Come? Attraverso il contributo per l'acquisto del prodotto pubblicato, che potrà diventare automaticamente una piccola e semplice donazione.
La mia speranza è che il risultato della mia profonda ricerca attuata su un tema così importante e attuale, possa diventare un prodotto fruibile per tutti i bambini, che hanno il desiderio di imparare a conoscere meglio quali sono i loro diritti e loro doveri per una buona educazione che, come detto in precedenza, consideri le loro molteplici esigenze.

Calendario da tavola

Calendario da muro

Sopra:
Immagini relative alla versione del calendario da muro.

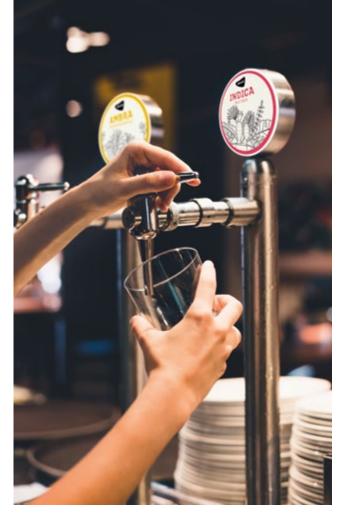
Nell'ambito del settore di marketing, l'occhio vuole molto più della "sua parte"! Nel mondo odierno le imprese operano in mercati sovraffollati di offerta, concorrenza e pubblicità. In questo contesto, il principale obiettivo delle aziende è riuscire a differenziarsi e utilizzare tutti i mezzi che hanno a loro disposizione per conquistare l'attenzione del pubblico. L'immagine del bravnd è uno degli strumenti fondamentali per identificare un'azienda, contribuire a differenziare il prodotto e determinare il successo dell'impresa.

Il brandbook Irias è un manuale di corporate identity facente parte di un progetto più ampio di ricostruzione dell'immagine aziendale del marchio Irias, microbirrificio siciliano che produce birra artigianale dal 2013. Settore, quello della birra artigianale, che, nell'Italia dell'ultimo decennio, sta attraversando una forte crescita dovuta alla nascita e all'affermazione di un numero sempre più elevato di microbirrifici e al crescente interesse del pubblico verso il prodotto.

L'elaborato ha lo scopo di illustrare le potenzialità di successo di un supporto grafico ideato e progettato in modo strategico per l'azienda che è stata oggetto di studio della disamina di settore. L'indagine alla base del lavoro di tesi si è sviluppata lungo due binari complementari: la ricerca teorica riguardante il settore birrario e la progettazione di un corredo grafico coerente ed efficace. Raccolti i dati, sono state formulate delle domande che stimolassero la definizione di un focus sul quale puntare. Come potenziare l'impatto informazionale? Come rendere graficamente l'originalità del gusto? Come rendere l'origine geografica parte dello stimolo all'acquisto senza rischiare di ridurlo a mero confine? Come renderlo protagonista in modo nuovo, senza cadere nei soliti luoghi comuni sulla Sicilia? Come puntare a un'utenza nuova, che vada oltre gli appassionati, già utenti di questo tipo di prodotto?

Sulla base delle ricerche, dei dati raccolti e del conseguente brain storming, si concretizza il progetto grafico per il birrificio, quale risultato di scelte strategiche lungimiranti che mirano a rinforzare la comunicazione di Irias attraverso uno studio basato sull'analisi delle strategie perseguite dall'azienda e dal mercato in cui essa opera. Per essere competitivo, il birrificio deve promuovere la sua immagine con coerenza e modernità, da qui emerge la necessità di ridefinire il posizionamento dell'azienda all'interno del mercato nel rispetto degli obiettivi auspicati da Irias. Pertanto, la riformulazione del linguaggio grafico è stata interamente basata sulla disamina di quegli elementi che potessero attirare l'attenzione del fruitore su un piano definibile "tridimensionale": quello «diacronico», collegato al tempo quindi all'età del fruitore; quello «diatopico» legato al luogo di fruizione e quello «diamesico», legato al modo, al mezzo di fruizione.

La proposta grafica si sviluppa, dunque, in linea con gli obiettivi di rebranding prefissati, con l'intento di affermare l'azienda come marchio Top of Mind per i consumatori. Essa prevede pertanto la progettazione di quegli elementi visivi che entrano in contatto con il pubblico: la costruzione di un sistema di identità visiva, la progettazione di etichette e packaging primario e secondario dei prodotti.

Per l'elaborazione visiva dell'identità aziendale si propone di utilizzare un linguaggio comunicativo essenziale, evocativo e incisivo, in grado di esprimere la fusione di modernità e tradizione che è alla base della personalità del brand. Si è scelto di adottare un sistema iconico essenziale, basato sull'utilizzo della stilizzazione delle forme per rendere incisiva l'associazione fra la terra d'origine e la produzione stessa delle birre, mediata dal concetto del nuovo. Stilizzare la Sicilia, ripristinandone tutti

gli elementi culturali, mitici, naturali e folkloristici che la caratterizzano, è stata un'operazione molto complicata. Infatti, la Sicilia è al centro delle strategie di marketing di moltissime ditte. Per rendere originale la sicilianità di Irias nell'impatto grafico, al tempo stesso, nel rispetto della tradizione, si è scelto di guardare all'immediatezza comunicativa. Ne è emersa una figura "nuda" che non presenta preziosismi e che mira a comunicare l'origine del prodotto in maniera minimalista: attraverso l'uso della bicromia e della pura linea.

L'essenzialità non è sembrata, invece, la scelta migliore per tradurre visivamente la complessità dei sapori delle birre Irias. L'azione di marketing su cui si concentra la proposta grafica delle etichette mira all'esperienza sensoriale e utilizza, come strategia, il racconto per iconografie: un mix di storie e sinestesie inedite tra profumi, sapori e colori, quali elementi identificativi di ciascun prodotto. Inoltre, nelle illustrazioni, al fine di comunicare la territorialità del prodotto, sono stati introdotti elementi che nell'immaginario collettivo rimandassero alle dominazioni che si sono susseguite in Sicilia. Ciascuna di esse, infatti, rende il senso di un viaggio sensoriale fra tradizione e innovazione. Ogni etichetta contiene uno storytelling illustrato, fatto di simboli inequivocabili ma sottoposti a un

restyling coerente con la storia raccontata dal singolo prodotto: ciascuna birra corrisponde a una vera e propria identità narrativa immortalata da un gioco biunivoco tra nomi e forme. L'universo estetico della proposta grafica rielabora in una chiave inedita la ricchezza del flavour delle birre e delle influenze culturali in Sicilia. Sorprendere con gusti e profumi nuovi delle birre è, infatti, la mission aziendale di Irias. Affinché però il pubblico possa percepirne l'intento, il linguaggio visivo dell'azienda dovrebbe essere in linea con lo scopo aziendale. Per soddisfare dunque queste esigenze, il progetto grafico proposto, mira ad avere un carattere innovativo, che sovverte la classicità, per sorprendere e meravigliare.

Progetto di tesi di Federica Grasso
Graphic Designer

federicagrasso95@gmail.com
behance.net/federicagr1664

T.invito
WEDDING INVITATION

Progetto, foto e testi a cura di Giulia Iallonardi

T.INVITO è una start-up, una piccola attività di partecipazioni di nozze. Si fa conoscere al pubblico tramite le pagine social (Instagram e Facebook) e il suo sito internet realizzato appositamente, ma anche grazie ad un ipotetico punto vendita. Grazie al colloquio face to face con i grafici, ma anche alla visualizzazione online del catalogo, è possibile creare un prodotto di graphic design su misura del cliente studiato nei minimi dettagli. Il prodotto verrà poi successivamente stampato secondo le tecniche di stampa e la tipologia di carta concordata con il cliente, a cui verrà poi spedito il tutto già montato e confezionato.
T.INVITO può occuparsi anche della progettazione e realizzazione di tableaux mariage, segnatavolo e degli stampati (bigliettini/bandierine) per le bomboniere, per rendere ogni minimo dettaglio coordinato e personalizzato.
Il prodotto cartaceo realizzato è un catalogo, il quale all'interno presenta gli scatti delle partecipazioni pensate e realizzate totalmente da me, ottimo da presentare al cliente per trovare idee ed iniziare ad entrare nel "mood" della progettazione grafica.
Ho cercato di realizzare un progetto che mi permettesse di rendere la mia grafica vendibile, che potesse divenire un domani, perché no, un lavoro e che non rimanesse chiuso all'interno di un cassetto. Il catalogo è diviso in tre sezioni che rappresentano i tre diversi stili differenti su cui si imposta ad oggi il ricevimento dei vari matrimoni: stile shabby chic, stile classico, stile moderno.
Ogni partecipazione è pensata in ogni minimo dettaglio, quasi tutte sono comprese di "monogramma degli sposi", l'elemento più cool e alla moda del momento. Quest'ultimo essendo estremamente versatile permette di essere applicato in qualsiasi ambito del ricevimento, dal menù al tableau, dalle bomboniere all'album di nozze e tanto altro ancora, può poi essere riutilizzato nel tempo dagli sposi stessi o applicato su elementi d'arredo.

CREA LA TUA PARTECIPAZIONE
T.invito
WEDDING INVITATION

Visitit profile
on Behance

L' attività è stata progettata in tutto e per tutto, compreso lo svolgimento del servizio offerto:

È stato pensato tramite 3 incontri face to face con il cliente che affronteranno 3 fasi e porteranno poi alla realizzazione del prodotto:

Fase 1 - progettazione
Durante il primo incontro si tracceranno le basi del progetto, analizzando i gusti e lo stile degli sposi, scegliendo i font, il formato e il supporto cartaceo.

Fase 2 - Realizzazione
Durante il secondo incontro verranno mostrati agli sposi le bozze e l'impaginazione studiati per loro.
Sarà possibile poi apportare eventuali modifiche se verrà ritenuto necessario.

Fase 3 - Stampa
l'incontro conclusivo servirà per mostrare ai clienti una stampa di prova del progetto realizzato in tutto e per tutto ed eventualmente ad apportare le ultime modifiche.

• MAGAZINE •

di Giulia Mangoni

Filter è un magazine che nasce grazie alla passione per la grafica e per la fotografia, approfondita in questi anni accademici. Il mio percorso di studi si è trasformato sin da subito in una passione e mi ha motivato ad andare avanti con tantissima voglia di migliorare e crescere, sia personalmente che professionalmente. Tutto questo bagaglio artistico mi ha portato ad iniziare un progetto che includesse due grandi interessi: l'amore per la fotografia e quello per la grafica editoriale. Filter è una rivista fotografica fresca, giovanile e del tutto nuova. La fotografia di cui tratta non è più quella legata alla tradizionale macchina fotografica, ma alle nuove fotocamere degli smartphon. Chi non ha mai scattato una foto con il proprio telefono? Grazie a questo magazine chiunque, fotografi o solo appassionati di fotografia, potrà scoprire le nuove modalità di scatto. Gli smartphone, ormai alla portata di tutti, influenzano le nostre vite e sono sempre pronti a cogliere momenti importanti della nostra vita quotidiana e a tenerci informati costantemente. Nella rivista sono presenti articoli dedicati all'editing fotografico, alle migliori applicazioni da scaricare, e agli accessori indispensabili per finalizzare lo scatto migliore. Filter ha il compito, dunque, di portare i suoi lettori in un mondo fotografico del tutto differente, sempre legato alla tecnica, ma anche strettamente connesso con i social network e le mode e tendenze del web. Con Filter, chiunque potrà essere in grado di realizzare scatti da vero professionista. Filter, come esplicita il suo significato, rappresenta un filtro tra la vita reale e quella multimediale. Un filtro tra un individuo e la sua vita agli occhi del web.

TESI

FILTER

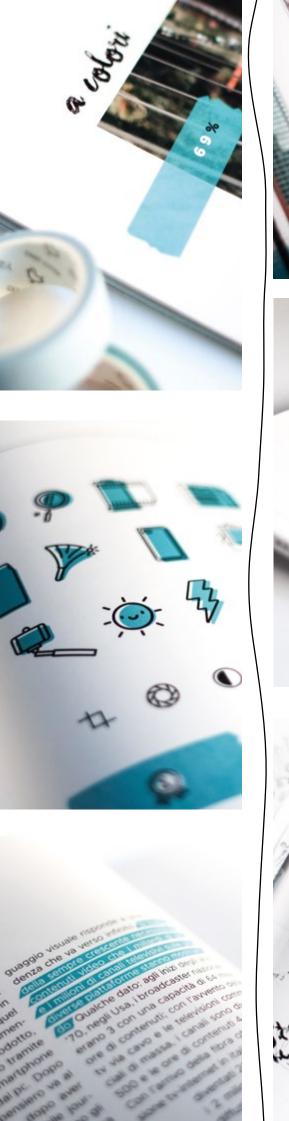
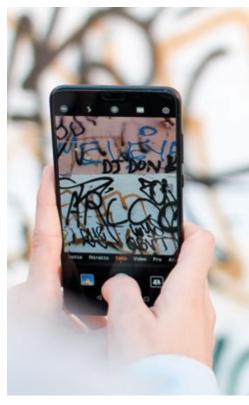
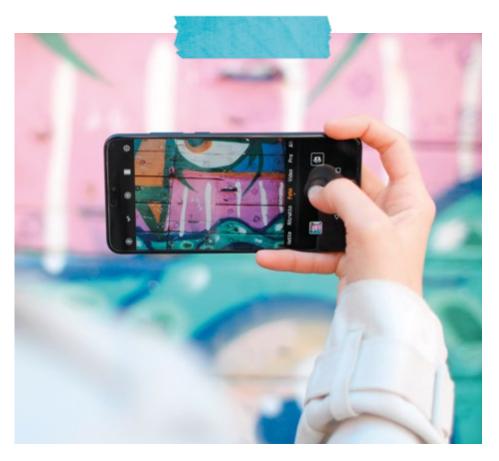
VIDEO

Modalità HDR
La regola dei terzi

filter

il particolare
CARATTERIZZA LE TUE FOTO

62%

bianco e nero
OLD STYLE

Ma sopratutto rappresenta un filtro fotografico, una scelta di colori che rende tutti noi dei veri e propri artisti. La rivista è composta da 8 sezioni: Mostre ed eventi, Focus, Lo smartphone, Interviste, La guida in viaggio, Sondaggi, Etichette e Galleria. Ogni sezione è accompagnata da testo e immagini ed è arricchita da elementi grafici quali icone, sottolineature o linee. Il percoso della rivista ha lo scopo di informare i lettori sul mondo degli smartphone attraverso la lettura del testo e l'osservazione di fotografie scattate da utenti e professionisti. L'idea è stata sin da subito quella di creare una rivista di fotografia, diversa dai canoni tradizionali proposti, che potesse mostrare una nuova realtà. Ho ideato così una rivista con uno stile innovativo, di intrattenimento e con la giusta quantità di informazioni e consigli per arricchire il bagaglio fotografico dell'utente. I lettori, dopo aver sfogliato Filter, potranno, infatti, essere in grado di partecipare attivamente con il proprio smartphone ai contest proposti all'interno del magazine, editando e caricando online le loro foto come un'artista espone i propri quadri in una galleria d'arte.

L'intera rivista è stata declinata in un'applicazione per smartphone. L'app servirà all'utente per mettere in atto i consigli e le spiegazioni presenti negli articoli e per creare un'**etichetta**, ovvero un profilo utente, dove è possibile caricare tutte le fotografie. L'app è siddivisa in diverse sezioni: la home, dove sarà possibile vedere i post più recenti, gli articoli, dove sono presenti le ultime notizie, la fotocamera, che ci permette di regolare specificatamente le componenti fotografiche allo scatto, il profilo utente personale ed infine le categorie. Quest'ultime hanno lo scopo di facilitare la ricerca delle foto che stiamo cercando. Ci permettono di individuare la tematica della foto, di scegliere il luogo in cui sono state scattate, i soggetti protagonisti della fotografia ed infine il periodo.

di **GIULIA MANGONI**

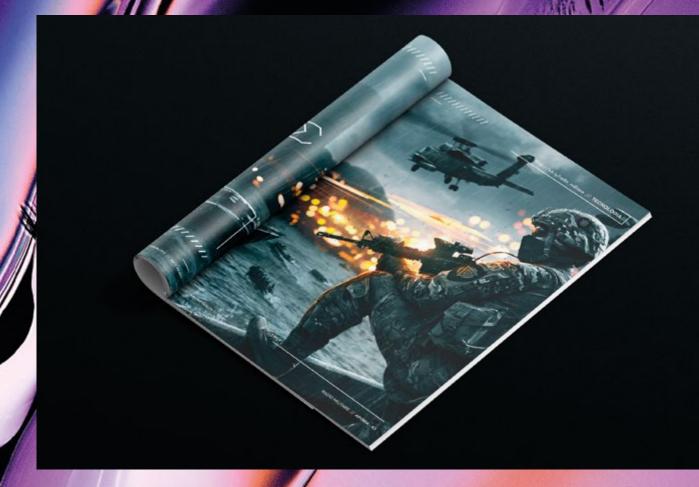
GRAPHIC DESIGNER | FOTOGRAFA

giulia.mangoni@live.it
issuu.com/giuliamangoni

PROGETTO DI TESI // SIMONE PAOLETTI

IL PRIMO MAGAZINE BASATO SULLA REALTÀ AUMENTATA

APORIA è il primo magazine totalmente basato sulla realtà aumentata - AR -, e di conseguenza sulla tridimensionalità, in modo tale che ogni singola pagina contenga più contenuti multimediali.
La realizzazione di questo progetto nasce dalla mia idea di trovare un punto d'incontro tra il mondo editoriale e quello digitale, due universi solo apparentemente opposti, ma che in realtà viaggiano su binari paralleli. Per quanto riguarda APORIA, questa rivista nasce completamente cartacea, ma allo stesso tempo offre soluzioni di consultazione versatili e dinamici, consentendo la visualizzazione di contenuti attraverso l'ausilio di vari dispositivi digitali (smartphone - tablet). Sottolineo che il magazine è consultabile anche online, non perdendo nessuna delle sue peculiarità.
Possiamo pertanto sperare che il progetto APORIA, più che un punto d'arrivo, possa diventare un punto di partenza, gettando le basi per creare nei prossimi anni un connubio tra l'universo editoriale e quello digitale.

AUGMENTED REALITY // INQUADRA E SCOPRI

COME SFRUTTARE LA REALTÀ AUMENTATA DEL MAGAZINE

1) PROCURARSI UNO SMARTPHONE O TABLET:

Con sistema operativo iOS o Android.
Meglio se di ultima generazione.

1) SCARICARE L'APPLICAZIONE HP REVEAL DALLO STORE

Vai sul tuo Store, iTunes o GooglePlay.
Scarica gratuitamente l'app HP REVEAL, disponibile per iOS e Android.
All'interno della barra di ricerca dell'app, cerca: APORIA e "Seguici"

3) INQUADRA OGNI SINGOLA PAGINA DEL MAGAZINE

Apri l'app HP REVEAL
Inquadra ogni pagina singolarmente: le pagine di APORIA sono tutte in AR, ad esclusione della prima facciata di ogni articolo.

SCIENZA // https://bit.ly/2TLxey9

COM'È FATTA LA TERRA? UN DIAMANTE CI CONSEGNA LA CHIAVE PER TROVARE LA RISPOSTA

Le nostre tecnologie ci permettono di esplorare e conoscere, non senza difficoltà, quel che c'è sotto alla pelle della Terra fino a un massimo di una dozzina di chilometri di profondità: in pratica, non arriviamo neppure alla metà della crosta continentale. Tutto quello che sappiamo della struttura e di ciò che accade più sotto è per "conoscenza indiretta", grazie agli studi sulla propagazione delle onde sismiche, che hanno permesso ai geologi di definire modelli sempre più attendibili della composizione dei vari strati del nostro pianeta, fino al nucleo. Il mantello della Terra, ossia lo strato al di sotto della crosta, è composto in particolar modo da un minerale chiamato perovskite: è un silicato di calcio, cioè un composto di calcio, silicio e ossigeno (CaSiO3). Questo minerale, che si forma fuori dalla nostra portata, a molti chilometri di profondità, non è mai stato studiato direttamente: si compatta infatti a pressioni e temperature molto elevate, e quando nel corso delle ere geologiche o per eventi straordinari risale verso la superficie (che in questo caso vuol dire "a meno di 650 chilometri di profondità") diventa instabile e si trasforma in qualcos'altro.

https://bit.ly/2TLxey9 // SCIENZA

Ora però i geologi hanno tra le mani proprio un piccolo frammento di perovskite arrivato dalle profondità del pianeta, conservato e trasportato fino a noi all'interno di un piccolo diamante. La pietra preziosa è stata estratta a un chilometro di profondità nella miniera di Cullinan, in Sudafrica. «Non era mai successo di avere perovskite stabile addirittura in superficie: per fortuna ci ha pensato la natura», commenta Graham Pearson (università di Alberta, Canada), che insieme a un team internazionale di ricercatori (tra i quali scienziati delle università di Padova, Milano e Pavia), ha studiato il minerale e pubblicato i primi risultati su Nature. «L'importanza di avere tra le mani questo [...] della struttura della Terra, le perovskiti potrebbero costituire fino al 93 per cento del mantello inferiore del pianeta, ma non se ne avevano prove certe.» Anche il diamante che contiene la perovskite è considerato particolarmente interessante: la maggior parte dei diamanti che arrivano in superficie si formano tra i 150 e i 200 chilometri di profondità, mentre quello che ha incorporato la perovskite si sarebbe formato a circa 700 chilometri di profondità. A quel livello la pressione è 240.000 volte quella della pressione atmosferica a livello del mare: il diamante si è formato in quelle condizioni e, nell'accrescimento, ha inglobato la perovskite e l'ha protetta e conservata per anni, [...]

14 - APORIA // IL PIANETA TERRA

IL PIANETA TERRA // APORIA - 15

AUGMENTED REALITY // INQUADRA E SCOPRI

UN NUOVO MODO DI CONCEPIRE LA RIVISTA

Il Magazine in questione è stato progettato per avere una pubblicazione mensile, ed ogni numero tratterà vari argomenti, ognuno dei quali conterrà tre articoli, composti da 1 render 4D, un video, e un immagine visionabile tramite appositi occhialini 3D. Tengo a precisare che ogni singola pagina è provvista di contenuti multimediali in realtà aumentata. In questo mio percorso di tesi ho voluto creare un prodotto innovativo rivolto soprattutto al mondo digitale, un mondo in cui la mia generazione inevitabilmente è cresciuta. Ho sentito il bisogno di offrire a tutti coloro che, diversamente da me, non amano particolarmente il cartaceo, un magazine multifunzionale, in grado di far appassionare all'editoria anche i più restii della carta stampata, offrendo loro un valore aggiunto. Come ben sappiamo la tecnologia continuerà ad evolversi e noi di conseguenza saremo coinvolti nei cambiamenti che ne susseguiranno. L'augurio è che il progetto APORIA possa aprire la strada ad un nuovo modo di concepire la rivista, dentro la quale possano convivere diverse soluzioni, che per quanto diverse tra di loro, siano entrambe valide. Il tutto concretizzato dalla creazione di una nuova APORIA.

ABOUT ME:
Simone Paoletti, Graphic Designer & Photographer
simonepaoletti29@gmail.com // behance.net/simonepaoletti

APORIA
REALTÀ ALTERNATIVA
GRAND CANYON
FORMAZIONE E MISTERI
L'IMMENSA STRUTTURA DEL
PIANETA TERRA
N1 - APRILE 2019 | MENSILE

ANDREA TERZUOLI

Graphic Designer & Photographer

andrea.terzu92@gmail.com

SKINS OF A CITY

di Andrea Terzuoli

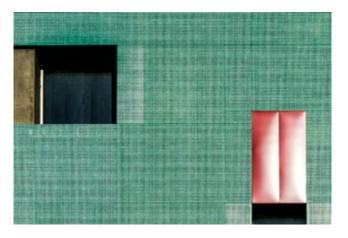
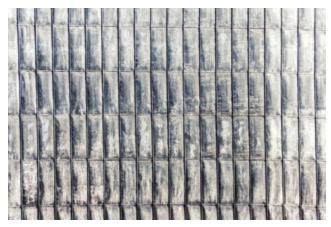
Il libro fotografico Skins of a City nasce nel contesto di realizzazione di un'ipotetica casa editrice di fotografia indipendente dal nome Phôs. In un periodo in cui la fotografia è prodotta e fruita digitalmente, l'obiettivo principale del mio percorso di tesi è la necessità di trovare nuovamente quella materialità perduta, dove l'oggetto libro fotografico acquisisce un significato molto più profondo dando così anche tutto un altro spessore al racconto fotografico stesso e alla progettazione. Oltre ad aver curato i principali aspetti di cui necessita una casa editrice di fotografia indipendente (logo, immagine coordinata, sito web e social network) il lavoro progettuale si è focalizzato principalmente nella creazione del libro fotografico Skins of a City. Il progetto fotografico protagonista del libro nasce da una serie di quindici fotografie sperimentate nel corso del mio percorso accademico con cui ho partecipato e vinto il Premio Internazionale Giuseppe Primoli per la Fotografia 2018 esponendo le opere presso la sede della Fondazione Primoli. Solo successivamente ho continuato a scattare portando così alla nascita del mio progetto di tesi e del libro fotografico Skins of a City.

Ricordo ancora la prima volta che mi sono relazionato con i quartieri appena al di fuori del centro storico romano. Era una decina di anni fa e mi trovavo sulla Tuscolana. Essendo abituato a vivere tra le colline toscane, quei palazzi enormi, la maggior parte dei quali non di bellissimo aspetto, mi fecero provare una sorta di disagio e timore interiore. Mi sentivo quasi fossi schiacciato e oppresso da quelle strutture, tanto che dissi a mio padre che non avrei mai voluto vivere in un posto del genere. Ma mi sbagliavo...Dopo qualche anno mi trovai proprio a vivere in uno di quei palazzi! Da quel momento familiarizzai con quel contesto urbano iniziando così a trovare la bellezza in ciò che in un primo momento mi appariva come freddo, antiestetico e in parte sgraziato.

Skins of a City nasce dalla necessità di mostrare la città di Roma con occhi totalmente differenti da quelli con cui ci hanno abituato fin da sempre, focalizzandosi proprio su quella parte di città moderna e quasi mai presa in considerazione, che analogamente a tutte le grandi città storiche europee, si presenta ed è in continua trasformazione.
I soggetti principali di questo progetto fotografico sono le facciate dei palazzi, le cosiddette pelli architettoniche, che decontestualizzate dall'ambiente umano che le circonda, diventano protagoniste di giochi

Logo casa editrice Phôs

di colori, ombre e profondità, dove si creano e si fondono assieme nuove geometrie che danno vita a loro volta a nuove prospettive di vedute. Gli elementi architettonici si trasformano così in vere e proprie texture dove il confine tra immagine reale e astratta risulta essere veramente sottile.

L'epitelio architettonico è in stretta relazione con la pelle umana vera e propria. Tutti e due hanno concettualmente la stessa funzione: così come la nostra pelle è in grado di proteggere e regolare la temperatura corporea attraverso le sue capacità intrinseche chimico-fisiche, lo stesso accade per gli edifici tramite il proprio involucro, garantendo quei processi naturali destinati al benessere e alla salubrità degli spazi interni. Oltre a questa somiglianza prettamente teorica, i palazzi, in un ambiente urbano così vasto come può essere quello di Roma, sono i luoghi dove moltissime persone hanno vissuto sulla propria pelle particolari avvenimenti. Da qui è nata l'idea di raccontare alcuni

episodi o aneddoti avvenuti all'interno di alcuni dei palazzi fotografati. I testi della scrittrice Lucia Marangolo, nonostante la loro sottile ironia, riescono a creare dei punti di riflessione a riguardo della vita cittadina di tutti i giorni.

Il libro, del formato di 18cm x 24cm, è stampato su carta usomano Biancoflash 150gr di Favini, una carta molto bianca con la capacità di mantenere invariati i toni delle fotografie e con un'ottima qualità di stampa. Cucito con filo refe con l'aggiunta di colla a freddo per permettere una migliore visualizzazione delle foto a doppia pagina, il libro ha una copertina rigida su cui si estende una fotografia dalla prima alla quarta di copertina, il tutto è avvolto da una sovraccoperta di carta traslucida che lascia intravedere la foto sottostante come se fosse una vera e propria pelle protettiva, analogamente alla pelle architettonica protagonista delle fotografie. L'impaginazione al suo interno risulta essere piuttosto dinamica, dove l'alternanza tra testi e fotografia conferisce un ritmo tale da far mantenere sempre alta l'attenzione del lettore: si va da foto a doppia pagina con i margini al vivo a singole foto isolate nel bianco della pagina per creare delle brevi pause narrative.

*

L’umanità sta acquisendo tutta la tecnologia giusta
per tutte le ragioni sbagliate.

R. Buckminster Fuller

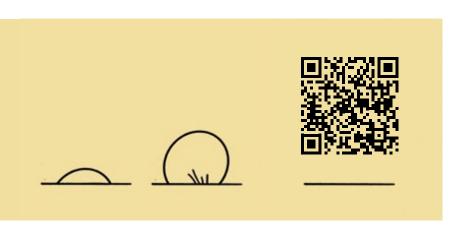
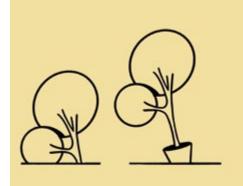
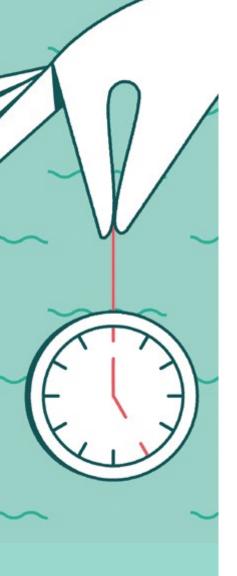
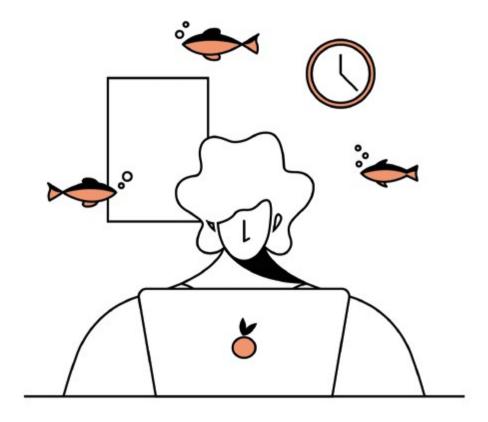
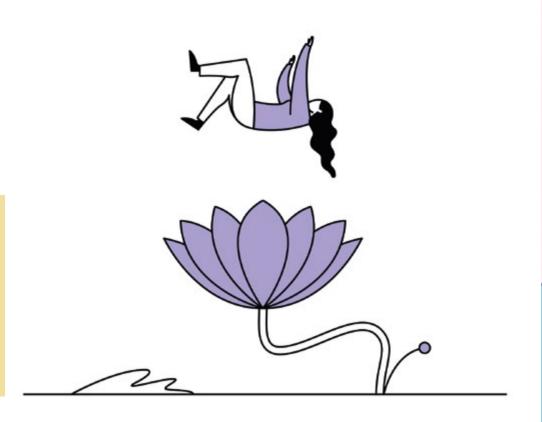
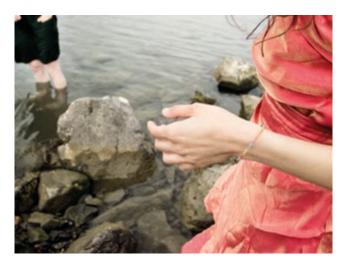
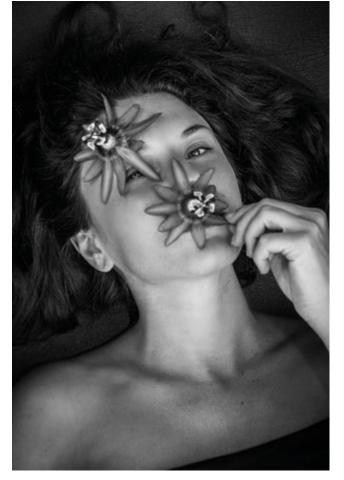
{ La vetrina degli studenti }

LLUSTRAZIONE **ELENA LONGARINI**

*

Michele Maruca

Graphic Designer - Illustratore

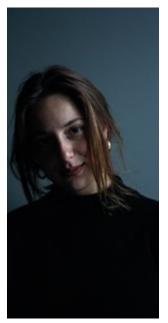
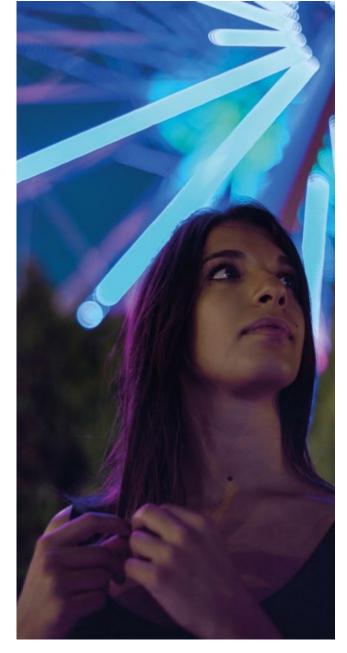
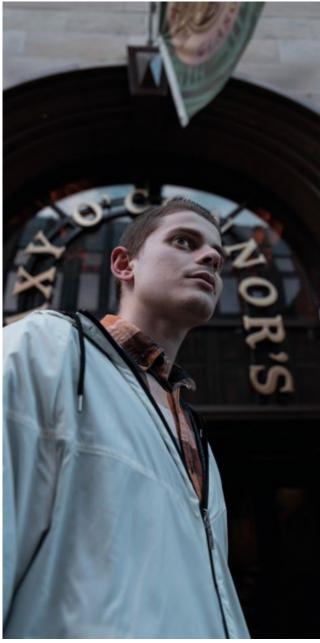
behance.net/michelemaruca
instagram.com/michele_maruca
maruca.michele@gmail.com

GIULIA BLASI

PHOTOGRAPHER
FASHION • PORTRAIT • STILL LIFE

https://giuliablasi.com
giulia.blasi18@hotmail.it
+39 3395298648
blasi.giulia
Giulia Blasi Photography

ELISABETTA MATONTI

PHOTOGRAPHER & GRAPHIC DESIGNER

elisabettamatonti.com

hello@elisabettamatonti.com

elisabettamatonti

elisabettamatonti

DANILA DOMIZI

Graphic Designer

+39 3935133223

danila.domizi@libero.it

@danila_domizi

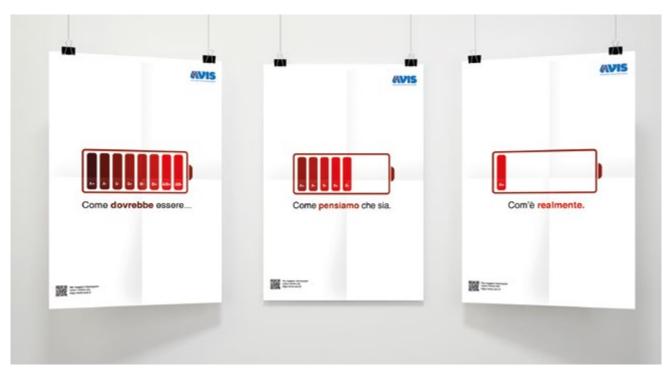
DI LÀ
DAL
FIUME

COLLETTIVO
BANDIERE

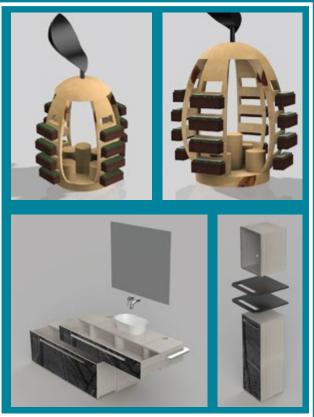
INCONTRI

Contatto

DI LA
DAL
FIUME

IWAS
WHEELCHAIR
FENCING EUROPEAN
CHAMPIONSHIPS

GRAPHIC DESIGN
PACKAGING
ILLUSTRATION
DESIGN 3D
PHOTOGRAPHY
VIDEOMAKING

Via Tessalonica 47, RM - 00146
vincenzo.franco94@gmail.com
3441475716
behance.net/vincenzofr4290

insight
i territori della grafica
I'M WATCHING
YOU

SARA POTENTE

Graphic Designer

Cell: 3207759648
E-mail: sara.potente93@gmail.com

*

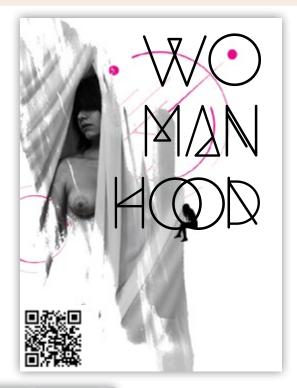
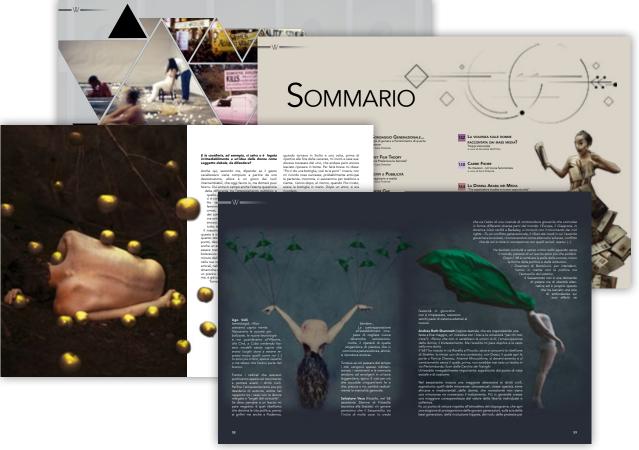
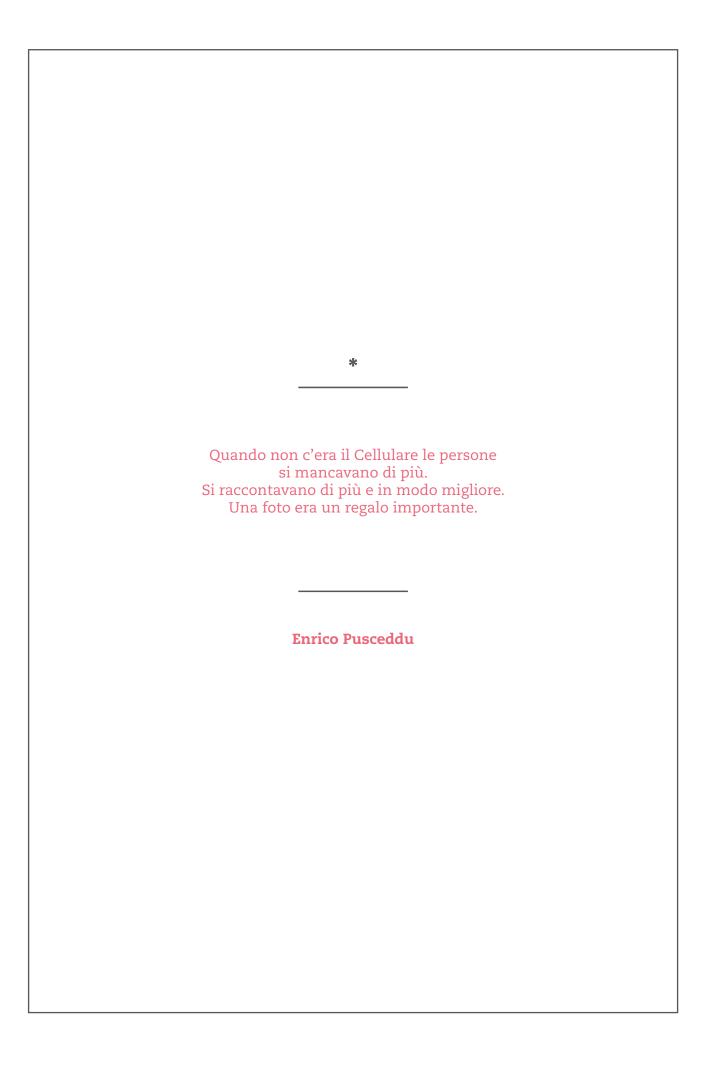
Quando non c’era il Cellulare le persone
si mancavano di più.
Si raccontavano di più e in modo migliore.
Una foto era un regalo importante.

Enrico Pusceddu

{ Riflessioni }

ILLUSTRAZIONE **ELENA LONGARINI**

*

ILLUSTRAZIONI **ELENA LONGARINI**

IDENTITÀ TECNO-LIQUIDE: L'AMORE E L'AMICIZIA AI TEMPI DI INTERNET

di Tonino Cantelmi

1 La crisi dell'identità: la mutevolezza dell'esserci nell'orizzonte tecnoliquido

Esserci, "esserci-con", "esserci-per": questa è quella che ho definito la "progressione magnifica", che permette di partire da un Io (l'esserci), per passare ad un Tu (l'"esserci-con") e infine giungere ad un Noi (l'"esserci-per"), dimensione ultima e sola che apre alla generatività, alla creatività ed all'oblatività. In questa progressione però irrompono le formidabili componenti della società tecnoliquida: il narcisismo e la sua forma virale su base digitale, la tecnomediazione della relazione, l'amicizia light, a portata di "click", di Facebook, le relazioni virtuali nelle loro varie declinazioni ambigue, l'ipersessualizzazione dell'infanzia e il mostruoso incremento della cyberpornografia, la "gamizzazione" immersiva (ogni attesa è invasa da giochi digitali e intere generazioni crescono con i video games), la ricerca di emozioni forti, la velocità estrema.

Il punto di partenza della "progressione magnifica" dunque sarebbe l'esserci, cioè l'identità. Ma cosa vuol dire "esserci" nella società tecnoliquida? Le osservazioni condotte all'alba del terzo millennio, in piena postmodernità tecnoliquida, ci inducono a ritenere che esserci vuol dire oggi rinunciare ad una identità stabile, per entrare nell'unica dimensione possibile: quella della liquidità, ovvero quella dell'identità mutevole, difforme, dissociata e continuamente ambigua di chi è e al tempo stesso non è.

In fondo la tecnologia digitale consente all'uomo e alla donna del terzo millennio di essere senza vincoli, di tecnomediare la relazione senza essere in relazione, di connettersi e di costruire legami liquidi, mutevoli, cangianti e in ogni istante fragili, privi di sostanza e di verifica, pronti ad essere interrotti. Cosicché si è passati dall'uomo-senza-qualità di Musil all'uomo-senza-legami di oggi in una sorta di continua sovrapposizione che viene a definire il nuovo orizzonte del tema identitario. Ed ecco che l'esserci è minato alla sua origine. La crisi dell'identità maschile e femminile, per esempio, ne è l'espressione più evidente. L'identità, cioè l'idea che ognuno di noi ha di se stesso e il sentirsi che ognuno di noi sente di se stesso, è dunque in profonda crisi, e il nuovo paradigma è l'ambiguità.

La crisi dell'esserci ha una prima conseguenza. Se all'uomo d'oggi è precluso il raggiungimento di una identità stabile, che si articola e si declina nelle varie dimensioni, come in quella psicoaffettiva e psicosessuale, la conseguenza prima è che l'"esserci-con" (per esempio la coppia) assume nuove e multiformi manifestazioni. L'"esserci-con" non è più il reciproco relazionarsi fra identità complementari (maschio-femmina per esempio), sul quale costruire dimensioni progettuali nelle quali si dispiegano legittime attese esistenziali, ma diviene l'occasionale incontro tra bisogni individuali che vanno reciprocamente a soddisfarsi, per un tempo minimo, al di là di impegni

reciproci e di progetti che superino l'istante. L'"esserci-con" è in epoca postmoderna fatalmente legato alla soddisfazione di bisogni individuali che solo occasionalmente e per aspetti parziali corrispondono. In altri termini oggi l'incontro tra due persone sempre più spesso si basa è fondamentalmente sulla soddisfazione narcisistica, individuale e direi solipsistica di un bisogno che incontra un altro bisogno, altrettanto narcisistico, individuale e solipsistico. Questo incontro si dispiega per un tempo limitato alla soddisfazione dei bisogni individuali e l'emergere di nuovi e contrastanti bisogni determina inevitabilmente la rottura del legame e la ricerca di nuovi incontri che sempre più avvengono in Rete. La fragilità dell'"essere-con" dei nostri tempi si evidenzia attraverso l'estrema debolezza dei legami affettivi, che manifestano un'ampia instabilità ed una straordinaria conflittualità.

Se l'identità è liquida, anche il legame interpersonale diventa liquido, cangiante, mutevole, individualista e dunque fragile. L'uomo del terzo millennio sembra rinunciare alla possibilità di un futuro e sembra concentrasi sull'unica opzione possibile, quella del presente occasionale, del momento, dell'istante.

Esserci, "esserci-con", "esserci-per": questa è quella che ho definito la "progressione magnifica"

Fatalmente, il trionfo dell'ambiguità identitaria, la rinuncia al ruolo e alla responsabilità che ne consegue, il ridursi dell'"esserci-con" all'istante e al bisogno momentaneo e individuale, mina nelle sue fondamenta l'"esserci-per", cioè la dimensione generativa e oblativa dell'uomo e della donna. Per esempio, se decliniamo tutto ciò nell'ambito psicoaffettivo e psicosessuale, la rinuncia all'esserci (identità sessuale e relativi ruoli) non può non trasmettersi in una inevitabile mutazione critica della dimensione coniugale ("esserci-con"), che a sua volta fa precipitare in una crisi senza speranze la dimensione genitoriale ("esserci-per"). Infatti la transizione al ruolo genitoriale sembra divenire oggi una sorta di utopia: la rinuncia alla genitorialità o il suo semplice rimandarla nel tempo sono un fenomeno sociale tipico dei nostri tempi. Perciò identità liquide fanno coppie liquide, che a loro volta fanno genitori liquidi, dove per liquido possiamo intendere molte cose, ma una in particolare modo: la debolezza del legame.

La "progressione magnifica", di cui parlavo, diviene dunque una progressione "liquida". Ma il punto di partenza è nell'esserci, ovvero nel tema dell'identità.

Nell'epoca di Facebook, l'identità si virtualizza, come anche le emozioni, l'amore e l'amicizia. La virtualizzazione è la forma massima di ambiguità, perché consente il superamento di vincoli e di confronti, aprendo a dimensioni narcisistiche imperiose e prepotenti. Eppure qualcosa non funziona. Lo avvertiamo dall'incremento del disagio psichico, dal sempre più pressante senso di smarrimento dell'uomo tecnoliquido, dalla ricerca affannosa di vie brevi e immediate per la felicità, dall'aumento del consumo di alcol e di stupefacenti negli stessi opulenti ragazzi della società di Facebook, dall'affermarsi di una cupa cultura della morte, dall'inquietante incremento dei suicidi, dal malessere diffuso. Qualcosa dunque non funziona sia a livello individuale che sociorelazionale: la liquidità dell'identità, con tutte le sue conseguenze, non aumenta il senso di felicità dell'uomo contemporaneo. Alcuni studi sul benessere fanno osservare che la felicità non è correlata con l'incremento delle possibilità di scelta. Questi dati fanno saltare una convinzione che sembrava imbattibile. La felicità dunque non è correlata con l'incremento delle possibili scelte dell'uomo (una visione ovviamente molto legata al capitalismo), ma gli stessi studi correlano la felicità con il possedere invece un "criterio" per scegliere. Avere un criterio per scegliere rimanda ad altro: avere un progetto, delle idee, una identità. Ed ecco che il cerchio si chiude: il tema della liquidità è sostanzialmente il tema della rinuncia ad avere criteri (cioè dimensioni di senso ben definite). Ma questa rinuncia ha un prezzo: l'infelicità. Ecco perché la "magnifica progressione" dall'"esserci-con" all'"esserci-per" mantiene anche oggi, e direi soprattutto oggi, un alto valore di significato, proprio per il suo portato anti-liquidità. Costruire dimensioni identitarie e di senso stabili e non ambigue, instaurare relazioni solide e che si dispiegano lungo progetti esistenziali che consentono l'apertura alla generatività e all'oblatività, sono ancora, in ultima analisi, l'unico orizzonte di speranza che si apre per l'uomo del terzo millennio, immerso nel cupo e doloroso paradigma della tecnoliquidità.

2 I nuovi linguaggi dell'amicizia e dell'amore nell'epoca digitale

Molte ricerche hanno evidenziato che l'era tecnoliquida è contrassegnata dalla più straordinaria ed epocale crisi della relazione interpersonale. Dovremmo interrogarci su cosa abbia determinato la crisi della relazione interpersonale. Risulta troppo riduttivo e semplicistico attribuire tutte le responsabilità di questa crisi dei rapporti interpersonali a Internet e alle tecnologie digitali e alla loro diffusione pervasiva nella vita di milioni di individui. La tecnologia digitale con le sue potenzialità social risulta forse la risposta più semplice, e di immediato consumo, ad una crisi così netta delle capacità di relazione dell'uomo e della donna di oggi, e forse ne è anche una delle concause, come se, in una sorta di causalità circolare, l'esplodere della rivoluzione digitale avesse intercettato una crisi della relazione in parte già esistente, e al tempo stesso ne avesse accelerato drammaticamente lo sviluppo. Tuttavia alla base della crisi della relazione interpersonale ci sono almeno tre fenomeni, essi stessi amplificati a dismisura dalla inarrestabile rivoluzione digitale. In questo intreccio tra fenomeni psicosociali e potenza della tecnologia digitale che si genera la postmodernità tecnoliquida. I tre fenomeni identificabili sono:

- L'incremento del tema narcisistico nelle società postmoderne (di cui gli innamoramenti in chat e le amicizie in Facebook sembrano essere i corrispettivi telematici), sostenuto da una civiltà dell'immagine senza precedenti nella storia dell'umanità;

- il fenomeno del sensation seeking, caratterizzato da una sorta di ricerca di emozioni, anche estreme, capace di parcellizzare e scomporre l'esperienza interumana facendola coincidere con l'emozione stessa (è come se tutta la relazione interpersonale coincidesse con l'emozione);

- il tema dell'ambiguità, cioè la rinuncia all'identità e al ruolo in favore di una assoluta fluidità dell'identità stessa e dei ruoli, con la conseguente rinuncia alla responsabilità della relazione e alle sue caratteristiche e potenzialità generative.

Il trionfo dell'ambiguità e della fluidità dell'identità impedisce una stabile assunzione di identità (esserci), che a sua volta si riflette nell'instabilità della relazione ("esserci-con"), la quale infine mina profondamente le possibilità generative e progettuali della relazione stessa ("esserci-per"). Questi fenomeni, unitamente al tema della "velocità", sono alla base della profonda crisi della relazione interpersonale, che sempre più acquista modalità "liquide", indefinite, instabili e provvisorie. In questo senso la tecnomediazione della relazione (chat, blog, sms, social network) offre all'uomo del III millennio una risposta formidabile e affascinante: alla relazione si sostituisce la "connessione", che costituisce la nuova privilegiata forma di relazione interpersonale. É fluida, consente espressioni narcisistiche di sé, esalta l'"emotivismo", è provvisoria, liquida e senza garanzie di durata, è ambigua e indefinita: la connessione (cioè l'insieme della tecnomediazione della relazione grazie alla tecnologia digitale) è dunque la più straordinaria ed efficace forma di relazione per l'uomo "liquido".

Quali sono dunque le caratteristiche dei linguaggi postmoderni nell'amore e nell'amicizia? Innanzitutto assistiamo ad una perdita della narrativa personale: le persone, in modo particolare i bambini e gli adolescenti, sembrano aver perso la capacità di unificare in un percorso narrativo unitario il senso ed il significato delle molteplici esperienze. Questo consente alcuni paradossi, come per esempio la contemporanea contrad-

dittorietà delle esperienze; è possibile vivere esperienze diverse per significato e senso e persino contraddittorie senza che questo possa essere percepito come un problema. Declinato nell'area amicale e sentimentale, questa modalità frammentata dell'esperire, rende fortemente light ed instabile la relazione. Tutto ciò va declinato con l'esplosione del tema narcisistico e con il dominio della ricerca dell'emozione forte, che sul piano affettivo rendono ancora più istantanea la relazione e soprattutto troppo legata ai bisogni personali, con un conseguente impoverimento dell'attenzione verso l'altra persona.

L'amicizia e l'amore si trasformano così sempre più in territori dove sperimentare se stessi, dove ricercare emozioni forti, dove soddisfare bisogni narcisistici e sempre meno in ambiti dove incontrare l'altro nella sua autenticità. D'altro canto tutta la tecnologia digitale e tutti gli universi tecnologici abitati dall'uomo postmoderno pongono la questione fondamentale di cosa è autentico e cosa non lo è. È autentico o più autentico il profilo Facebook o la persona stessa? É autentico o più autentico uno spigliato dialogo in chat o un imbarazzante incontro al bar? Risulta interessante notare il cambiamento sul tema dell'intimità che costituisce un territorio delicato e ricco di sfumature, che attiene all'amicizia, all'amore e ad ogni altra forma di incontro interumano. La tecnologia ha drammaticamente scardinato il concetto di intimità: con velocità sorprendente e senza alcun pudore in pochi "click" si ottengono confessioni e aperture incredibili in chat di ogni tipo o nei social network più frequentati. Ovviamente le confessioni non sono sempre sincere, ma spesso sono intime, persino troppo intime. è alle varie forme di messaggeria, ai social network, alle chat cha affidiamo desideri, richieste, dichiarazioni di amore, parti di noi (come avviene ad esempio con il sexting: la pratica di inviare e scambiare per sms o in chat immagini intime di se stessi), imprecazioni, rabbie, minacce. L'intimità tecnomediata piace all'uomo postmoderno, al bambino e all'adolescente come all'adulto, tutti sempre più in difficoltà a gestire l'intimità reale. Certamente, la "ipersessualizzazione" precoce dei bambini e degli adolescenti rende ancora più arduo il nascere di una sana intimità: la relazione interpersonale quando transita dalla dimensione digitale a quella reale cortocircuita fatalmente in agiti, anche sessuali, persino in assenza di adeguate dimensioni di conoscenza intima reale, come se l'eventuale esperienza di conoscenza digitale surrogasse tutto quanto in genere antecede e accompagna la pienezza fisica dell'incontro.

3 Il linguaggio estetico

L'amicizia e l'amore sono indissolubilmente correlati al tema della bellezza. Ma qual è dunque l'estetica del mondo postmoderno tecnoliquido? Molti indicatori suggeriscono che la dimensione estetica prevalente, nella quale sembrerebbero crescere i nativi digitali, sia pervasa da tre elementi: il kitsch, il camp e il gusto horribilis.

Nella seconda metà dell'Ottocento, quando i turisti americani volevano acquistare in Europa un quadro a poco prezzo, allora chiedevano uno sketch, uno schizzo. Da qui, secondo alcuni, sarebbe nato il termine kitsch, per indicare le esperienze estetiche di scarso valore, facili, celebrative, volte alla ricerca di un effetto rapido e appariscente. Il kitsch è in ultima analisi una sorta di mass cult del bello, a tratti anche trash, volto a soddisfare narcisistici impulsi pseudo estetici. La dimensione narcisistica, propria del mondo tecnoliquido, sembra trovare ampia soddisfazione nella risposta estetica kitsch.

L'altro fenomeno estetico è quello del camp, che consiste nel trasformare il serio in frivolo, giocando sull'ambiguità, sull'esagerazione, sulla raffinata volgarità e sull'eccentrico. L'androgino è certo uno delle più significative immagini della sensibilità camp, che intercetta bene il bisogno di ambiguità della postmodernità liquida. Inoltre appare evidente come il mondo tecnoliquido sia anche attratto dalla bruttezza, dal gusto dell'orrido e del grottesco, nonché dall'estetica del cyberpunk, tutte manifestazioni di una nuova e celebrativa estetica della bruttezza, volta a soddisfare il bisogno di "emozioni forti" della società postmoderna tecnoliquida. Il kitsch, il camp e il gusto dell'horribilis rappresentano le prevalenti dimensioni estetiche che soddisfano alcuni dei bisogni dell'uomo postmoderno. è in questo contesto estetico, narcisistico (kitsch), ambiguo (camp) ed emotivo (horribilis) che crescono i bambini e gli adolescenti immersi nella tecnoliquidità.

Nonostante tutto ciò l'esperienza estetica rimane comunque una manifestazione dell'essere umano e proprio grazie ad essa la bellezza potrebbe essere, insieme alla spiritualità, vettore del superamento del paradigma della tecnoliquidità. Come è noto, Dostoevskij fa esclamare al protagonista dell'*Idiota* la famosa frase: «la bellezza salverà il mondo!» e noi potremmo con lui augurarci che essa possa salvare i nativi digitali. Ma quale bellezza e soprattutto quale estetica? Quella kitsch, camp o quella horribilis sempre più diffuse nella tecnoliquidità? La bellezza è da sempre di per sé un concetto complesso e problematico, nel romanzo i Fratelli Karamàzov, uno dei protagonisti, Dmitrij, non può fare a meno di osservare che la «bellezza è una cosa spaventosa e terribile, spaventosa perché non è definita… », ed è proprio qui, nella bellezza terribile e paurosa, misteriosa e indecifrabile, «che il diavolo combatte con Dio e il campo di battaglia è il cuore dell'uomo».

L'estetica tecnoliquida esprime oggi a pieno il declino della bellezza, trasformata in spettacolo e consumata secondo modalità tecnocannibaliche, ridotta ad una esperienza autoreferenziale e ornamentale.

In realtà esperire il bello richiede risorse: risorse emotive, cognitive, simboliche e persino spirituali. E allora quale bellezza salverà il mondo? A quale bellezza dobbiamo educare i nativi digitali? Ciò che è importante recuperare, dinanzi al mutismo spettrale delle forme artistiche tecnoliquide, è la dimensione etica e al tempo stesso enigmatica della bellezza, sia di quella naturale che di quella artistica. Le grottesche forme del kitsch, del camp e dell'horribilis possono essere superate dalla bellezza considerata come uno dei modi trascendentali in cui l'essere si esprime. Il compito della proposta spetta ad adulti coraggiosi, che siano in grado di recuperare l'immenso patrimonio di bellezza che il creato e l'arte hanno prodotto nei secoli. Ma soprattutto occorre ritrovare il coraggio di proporre alle generazioni digitali la "ricerca" della bellezza e di svelarne

«la bellezza salverà il mondo!»

«bellezza è una cosa spaventosa e terribile spaventosa perché non è definita... »

«che il diavolo combatte con Dio e il campo di battaglia è il cuore dell'uomo»

il tesoro simbolico, oltre che percettivo, in essa contenuto. Se alla digital mind dei bambini e degli adolescenti sarà concesso di "esperire" il bello, allora essa potrà "vedere l'invisibile", come è stato detto in modo efficace a proposito dell'opera di Kandisky e come potremmo dire noi a proposito di ogni autentica bellezza: cioè sarà possibile rimandare ad un "oltre" capace di restituire l'umanità ad ogni forma di digital mind.

4 In conclusione

Molti sono stupiti dagli hikikomori, giovani giapponesi che si chiudono in una stanza e decidono di non uscirne più, catturati da una irresistibile tecnologia. Le forme di dipendenza dalla tecnologia forse sono la patologia più insidiosa della multimedialità: Internet, il computer, il tablet, lo smartphone, i video game, e nulla più, il resto non esiste per questi nuovi reclusi sociali, la cui esistenza si annulla nello schermo e nelle infinite cyberesperienze. Stiamo vorticosamente precipitando in una "società incessante", sempre attiva, sempre lì a digitare, a postare, a twittare, a condividere foto, parole e emozioni, senza differenze tra giorno e notte, tra feriale e festivo, tra casa e ufficio. Poco più di dieci anni fa presentai in un congresso di psichiatria a Roma i primi quattro casi italiani di dipendenza da Internet nei quali amori e amicizie reali risultavano inesistenti, la vita di questi soggetti era stata assorbita in modo totale dal computer e da Internet. Queste prime osservazioni, arricchite da successivi contributi di molti ricercatori italiani, diedero vita a un vasto percorso di ricerca, che ha avuto come obiettivo l'esplorazione della mente umana proprio mentre iniziava una ineludibile e ancora imprevedibile mutazione antropologica, quella dei cosiddetti "nativi digitali", i cittadini nati nel mondo tecnoliquido postmoderno.

La "società incessante" è in fondo l'espressione della postmodernità tecnoliquida, che è caratterizzata, infatti dall'abbraccio ineludibile tra il mondo liquido, così come annunciato da Zygmunt Bauman, e la rivoluzione digitale, così come proposta da Steve Jobs e dai tanti profeti della rivoluzione digitale. In definitiva la rivoluzione digitale e la virtualizzazione della realtà intercettano, esaltano e plasmano alcune caratteristiche dell'uomo liquido: il narcisismo, la velocità, l'ambiguità, la ricerca di emozioni e il bisogno di infinite relazioni light. Tuttavia la caratteristica fondamentale della socialità tecnoliquida consiste nella pervasiva tecnomediazione della relazione. Queste osservazioni confermano che la virtualizzazione della relazione e la sua spiccata tecnomediazione eleggono una nuova forma di relazione: la connessione e tutto ciò non può non ricadere nei delicati ambiti dell'amicizia e dell'amore, definendo nuove forme dell'esperire e nuovi linguaggi dell'espressione sentimentale.

Siamo già nella fase della "condivisione senza attrito", che permetterà ai social network di inviare aggiornamenti di stato dell'utente ogni volta che guarderemo un video su YouTube o leggeremo notizie su un giornale on-line o scaricheremo una immagine, una canzone o altro: il nostro social network lo comunicherà automaticamente agli altri utenti, trasformati così in tanti amici, e questo senza mediazioni, senza elaborazioni introspettive dell'esperienza. I social network, abolendo ogni forma di distinzione tra privato e pubblico, hanno trasformato l'amicizia in una forma di "condivisione" aperta, dove siamo in costante e continua "rappresentazione" di noi stessi in una piattaforma globale.

In fondo, però, c'è la sensazione che la fine della società di massa e il transito nella tecnoliquidità postmoderna dovranno fare i conti con l'esasperazione della solitudine esistenziale dell'individuo e forse non sarà Facebook, né Twitter e neppure ogni altra forma di "socializzazione virtuale" a placare l'irriducibile bisogno di "incontro con l'altro-da-sé" che è proprio dell'uomo e della donna di ogni epoca: il bisogno di "incontro con l'altro" di persona, senza la mediazione di uno schermo digitale, è così prepotente e vitale che oltrepasserà il mondo tecnoliquido e restituirà all'amicizia e all'amore la loro potenza trasformatrice dell'esperire umano. C'è da chiedersi se non potrebbe essere proprio il recupero della dimensione spirituale ad accompagnare l'uomo postmoderno verso una nuova ultramodernità dell'umano, come ormai sostengono in molti. In piena epoca tecnoliquida l'amicizia e l'amore, nella loro autenticità, potranno sopravvivere ai "click" dei mouse e dei loro succedanei attraverso il recupero di dimensioni estetiche e spirituali rinnovate, capaci di restituire l'umanità all'essere umano.

Note

Il testo qui presentato sviluppa alcune delle mie considerazioni esposte in diversi contributi scientifici e divulgativi prodotti negli ultimi anni, in particolare riprende le riflessioni contenute in Cantelmi 2012; Cantelmi 2013a; Cantelmi 2013b.

Vd. Musil 2013 (1930, 1933).

Vd. Cantelmi-Barchiesi 2007.

Vd. ad es. Cantelmi-Carpino 2005.

Cfr. Cantelmi-Orlando 2005.

Si tratta della problematica ampiamente studiata in ambito psicologico, sociologico ed economico del "sovraccarico di scelta", choice overload, overchoice, espressione che indica un fenomeno proprio dei consumatori nella società postindustriale, introdotta da Alvin Toffler nel suo libro Future Shock (New York 1970).

Vd. Bauman 2011; Cantelmi-Puggioni-Truzzi 2002.

Vd. Cantelmi 2013a, 204-205. Cfr. Cantelmi-Orlando 2005.

Vd. Bauman 2006 (2003).

Dostoevskij 2013 (1869), parte III, cap. 5.

Dostoevskij 2014 (1880), libro III, cap. 3.

Vd. Henry 1996 (1988).

Vd. Cantemi-Del Miglio-Talli-D'Andrea 2000.

Cfr. per la definizione di "nativi digitali" Prensky 2001, 1-6; Ferri 2011.

Bauman 2011.

Bibliografia

Bauman 2006 (2003)
Z. Bauman, Amore liquido. Sulla fragilità dei legami affettivi, Roma-Bari 2006 (Liquid Love: On the Frailty of Human Bonds, Cambridge 2003).

Bauman 2011
Z. Bauman, Il buio del postmoderno, Reggio Emilia 2011.

Cantelmi 2012
T. Cantelmi, Tecnoliquidità, relazione tenuta presso l'USMI (Unione delle Superiore Maggiori d'Italia) al Convegno: "Quanto un granello di senape" (Lc 17, 6). Chiesa domestica e vita consacrata: luoghi e modalità per educare alla fede, Roma, 5-6 dicembre 2012, http://www.usminazionale.it/convegni/2012/cantelmi.pdf, 2012.

Cantelmi 2013a
T. Cantelmi, La postmodernità tecnoliquida. Rivoluzione digitale e mutazione antropologica, in F. Pagnotta (a cura di), L'Età di Internet. Umanità, cultura, educazione, Milano-Firenze 2013, 198-212.

Cantelmi 2013b
T. Cantelmi, Tecnoliquidità. La psicologia ai tempi di Internet: la mente tecnoliquida, Cinisello Balsamo (Mi) 2013.

Cantelmi-Barchiesi 2007
T. Cantelmi – R. Barchiesi, Amori difficili. La crisi della relazione interpersonale e il trionfo dell'ambiguità, Cinisello Balsamo (Mi) 2007.

Cantelmi-Carpino 2005
T. Cantelmi – V. Carpino, Il tradimento online. Limite reale e virtuale dell'amore, Milano 2005.

Cantemi-Del Miglio-Talli-D'Andrea 2000
T. Cantelmi – C. Del Miglio – M. Talli – A. D'Andrea, Internet Related Psychopathology: primi dati sperimentali, aspetti clinici e note cliniche, «Giornale italiano di psicopatologia» 6 (2000), 40-51.

Cantelmi-Orlando 2005
T. Cantelmi – F. Orlando, Narciso siamo noi, Cinisello Balsamo (Mi), 2005.

Cantelmi-Puggioni-Truzzi 2002
T. Cantelmi – P. Puggioni – S. Truzzi, L'uomo alle soglie del III millenio: il disagio psichico e la ricerca di senso, Roma 2002.

Dostoevskij 2013 (1869)
F. Dostoevskij, L'idiota, Milano 2013 (Идиот 1869).

Dostoevskij 2014 (1880)
F. Dostoevskij, I fratelli Karamazov, Torino 2014 (Братья Карамазовы 1880).

Ferri 2011
P. Ferri, Nativi digitali, Milano 2011.

Henry 1996 (1988)
M. Henry, Vedere l'invisibile. Saggio su Kandinskij, Milano 1996 (Voir l'invisible. Sur Kandinsky, Paris 1988).

Musil 2013 (1930, 1932)
R. Musil, L'uomo senza qualità, Milano 2013 (Der Mann ohne Eigenschaften, voll. II, Berlin 1930, 1932).

Prensky 2001
M. Prensky, Digital Natives, Digital Immigrants, «On the Horizon» 9 (2001), 1-6.

Identità

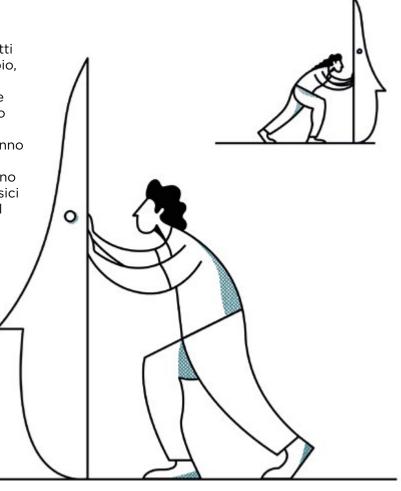
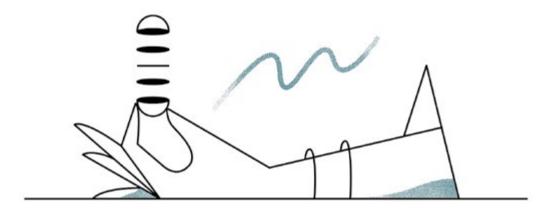
Identità

Segno e simbolo di Trasformazione

di Massimiliano Napoli:
PHD candidate in Scienze Filosofico-Sociali, Università di Roma Tor Vergata

01.

Trasformazione e *identità* sono due concetti che hanno molto in comune. In senso ampio, sembra difficile parlare di *trasformazione* evitando di farsi carico di quelle tappe che ne hanno scandito il percorso, e allo stesso modoparlare di *identità* sottraendovi tutti quei processi evolutivi, quei *segni* che l'hanno caratterizzata. Quando si vuol celare la propria identità normalmente si mascherano proprio quei segni – che sono connotati fisici o pezzi della propria storia personale – nel tentativo di nascondere le trasformazioni che si sono succedute nel tempo, concedendo al più qualche barlume di personalità, una *silouette* o pochi sfilacciati frammenti di sé. Al contrario, quando si vuol mostrare apertamente la propria identità, esprimere *ciò che si è*, solitamente ci si racconta evidenziando le trasformazioni che hanno partecipato alla propria fisionomia e alla storia personale, arricchendo la narrazione di dettagli, sfumature, motivazioni, desideri, speranze. Probabilmente *trasformazione* e *identità* possono essere espressi in un rapporto di co-estensività: la definizione dell'uno partecipa alla definizione dell'altro e viceversa.

02.

Se ciò è vero, possiamo dire di essere su un fronte di "continuità del senso". Cioè, dobbiamo porci in una prospettiva che vincola l'esserci nel mondo – concetto demartiniano inteso come "sapersi e sentirsi presenti nel mondo" (De Martino 1948) – alle trame del suo sviluppo strutturale e storico rispetto al resto delle cose. Noi siamo in quanto ci *(ri)conosciamo* come "figure di una trasformazione": figure che esprimono il nostro "saperci e sentirci presenti nel mondo". *Identità*, appunto.
Appare abbastanza intuitivo, allora, interpretare questo rapporto di co-estensività tra i concetti di trasformazione e identità come un fil rouge che marca un meccanismo davvero speciale del nostro *esserci nel mondo*, del nostro "saperci e sentirci presenti nel mondo": un meccanismo che potremmo chiamare di *segnatura dell'essere*.
«Le figure dell'identità – scrive la semiologa Patrizia Violi – sono [...] oggetti semiotici costruiti e non dati, attraverso continui processi di riscrittura, trasformazione, negoziazione fra vari[e] istanze soggettive» (Violi 2009). Ecco, quindi, che la continuità della *trasformazione* si fa "motore semiotico" e le sue forme d'espressione (le sue *figure*) null'altro che *segni* da presentare o raccontare. In questo senso, qualcuno si è riferito all'identità come a una forma di *trasfigurazione* del Sé – secondo un modello che esprime principalmente i caratteri percepibili del sé –.
Ammettere questa possibilità significa costituire l'*identità* come il *simbolo stesso* della sua trasformazione.

03.

Il *simbolo*: oggetto complesso, insidioso, attrattore di pensiero ed emozioni, dinamica opaca su cui buona parte della scienza ha ritenuto di fondare l'essenza della nostra *specie* la *specie simbolica*, come è stato detto –. Il simbolo è un'entità costituita intorno all'antico bisogno umano di manipolazione dell'esperienza e, molto probabilmente, all'impossibilità di accontentarsi del senso proprio delle cose e delle persone, cioè del loro senso naturale o pratico (e le *figure* che lo esprimono). Così Carlo Sini, sulla scorta delle considerazioni dello scrittore e simbolista René Alleau, si avvicina alla definizione di simbolo e procede nel suo studio: un simbolo, dice Sini, "aggiunge un sovrappiù di altri sensi" che *trasfigurano* l'esperienza del mondo in qualcosa di più, in un sistema di "altri sensi": sicché la Natura sembra caricarsi inesorabilmente di una sovrabbondanza di informazioni, dettagli e sfumature altrimenti invisibili (cioè, non percepibili) e, come qualcuno ha avuto modo di sottolineare, sotto questa prospettiva "si fa Mondo". Natura e Mondo sono termini anch'essi co-estensivi, si richiamano a vicenda e continuamente in grovigli concettuali che talvolta generano evidenti scontri dialettici al livello più superficiale dell'esistenza – il tema del corpo e della sessualità, delle migrazioni umane e delle frontiere, della violenza e del controllo, e così via, diventano modelli logici entro cui è possibile cogliere tale groviglio, molto spesso radicalizzato al punto da diventare una tragicomica contraddizione dell'uomo stesso –.

04.

Riunite nell'alveo del simbolico, *identità* e *trasformazione* assumono un carattere potremmo dire "pienamente unitario". Essi si condensano in qualcosa che sta per qualcos'altro (Peirce 1980) ma anche *qualcosa che è qualcos'altro*. L'espressione del loro rapporto si fa "forma significante" e acquisisce uno status autonomo – la *figura*, appunto: un fregio, un tracciato, un'immagine, un testo, diventano identità con cui agire e al tempo stesso trasformazioni da agire. I simbolisti come Hans Biedermann ritengono che ognuno di noi possieda una personale mitologia e un'ampia enciclopedia simbolica condivisa col resto della comunità che utilizziamo non solo per raccontare la nostra identità ma anche per indagarla e ricostruirla continuamente. Questo bagaglio simbolico ci costituisce nella misura in cui riesce a trascinarci nelle storie e nelle culture che ogni simbolo raccoglie in sé e di cui si fa promotore, sicché ci sentiamo (forse istintivamente, chissà!) di appartenere a una certa narrazione o a una microcultura quando ci accorgiamo di far parte di quelle trasformazioni che la caratterizzano e sentiamo di condividere quelle identità che mostra. In questo senso, è probabilmente per questa ragione che i simboli sembrano *fatti per essere disegnati*, indossati, usati, mangiati, desiderati... affinché il loro potere identitario e trasformativo ci investa e faccia di noi parte di esso.

05.

In un famoso *Dizionario* di semiotica leggiamo che "un segno di per sé non si costituisce come simbolo fintantoché non viene posta in essere una funzione di transcodifica" (Greimas, Courtès 1979). Questa "funzione di transcodifica", che possiamo chiamare *semiosi*, è una vera e propria trasformazione che porta da un certo asset di *valori* ad un altro. Non è importante il contenuto in sé di tali valori ma il fatto che essi cambino secondo una certa *dinamica*; ovverosia, la posta in gioco non sono i valori in quanto tali ma il modo in cui questi si trasformano nell'esperienza del soggetto. Sono proprio queste *trasformazioni* che danno sostanza a un simbolo, che gli conferiscono la sua "forza". Un valore in sé non ha senso se non commisurandolo con altri valori, cioè definendone una "distanza" o una "vicinanza" rispetto ad altri valori: è proprio in virtù di ciò che assegnamo un certo significato a qualcosa o qualcuno, quando la distanza tra due "posizioni" è tale da essere considerata rilevante sotto certi aspetti, e così nasce l'esigenza di definire quella distanza, di darle un nome e un corpo, di *validarla* appunto.

06.

Per questo l'*identità*, come un simbolo, ha bisogno di essere raccontata. Essa ha bisogno di un meccanismo in grado di evocare un asset di valori attraverso le *trasformazioni* che l'hanno generato. Essa ha bisogno di una *semiosi* che ne definisca il senso attraverso i segni che la esprimono.
In caso contrario resta una figura muta, segno insignificante sullo sfondo dell'esistenza, confinata nella continuità caotica e indifferenziata della Natura, e invisibile all'esperienza.

Bibliografia

DE MARTINO E.
1948 *Il mondo magico. Prolegomeni a una storia del magismo*. Ed.: 2007, Bollati Boringhieri, Torino.

GREIMAS A.J., COURTÈS J.
1979 *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*. Ed.: 2007, Mondadori, Milano.

PEIRCE C.S.
1980 *Semiotica*, a cura di M. Bonfantini, Einaudi, Milano.

VIOLI P.
2009 «Ricordare il futuro. I musei della memoria e il loro ruolo nella costruzione delle identità culturali», in *E/C*, https://goo.gl/VUU7CK

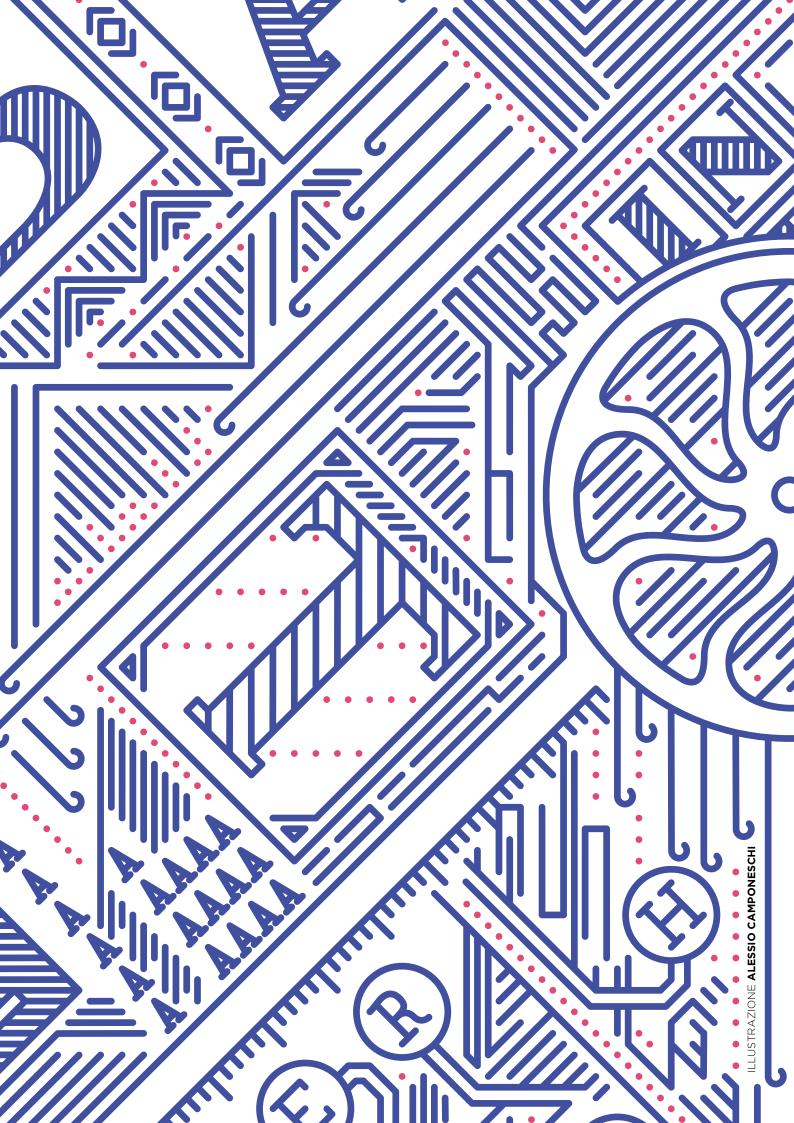
ILLUSTRAZIONI **MICHELE MARUCA**

IDENTITÁ e STAMPA

appunti di viaggio

di Stefano Mosena

Le nostre differenze sono un motivo in più per doverci parlare. Questo il concetto espresso in una canzone dal poeta musico Claudio Lolli. A ben vedere siamo oggi immersi in quella società che un tempo avremmo definito "post" globale, questo incipit (post) ci aiuta a collocare un periodo nel suo normale legame con il periodo antecedente, parlando di stampa possiamo dire di essere in un mondo in continua evoluzione, dove la tecnologia continua a migliorare la resa delle nostre possibilità espressive. Viviamo quindi in un continuo retaggio che pesca stilemi e linguaggi tipografici dal passato, supportati da un linguaggio tecnologico d'alto livello. L'innovazione tecnologica è sempre legata a dei passi, come i passi di stampa di un plotter le tecnologie hanno portato la stampa alla portata di tutti, garantendo la diffusione del linguaggio. Ma oggi il continuo flusso d'informazioni ha creato una sedimentazione tale d'immagini e concetti, che il linguaggio comincia a perdere efficacia, un eccesso d'informazione, uno stato di bulimia costante che fagocita cose, linguaggi e stili. La nostra epoca è meticcia, i linguaggi si fondono, un determinato carattere può essere apprezzato e condiviso in un momento con più persone nel mondo.
Eppure questa nostra libertà mostra il fianco verso un appiattimento del genius loci, massificando ogni linguaggio. Così i caratteri tipografici si evolvono nel disegno tenendo presente che l'imperativo è condividere. La stampa come si colloca in tutto questo?! Si colloca di lato, o meglio aspetta il suo momento, essendo figlia della tecnica ha presente i corsi e ricorsi storici, L'Offest deriva dalla Litografia; dall'Offest deriva concettualmente la tecnologia HP indigo, la sola in grado di raggiungere quasi il 100% del delta E di un colore Pantone.
Il compito della stampa è essere terminale e punto d'inizio della filiera del riciclo. Nessuno si senta di poter dire che la stampa sta morendo, gruppi di amanti aprono studi nelle città più importanti del mondo, perché assieme alla trasformazione stiamo portando la smaterializzazione, la digitalizzazione dei contenuti. La stampa continua quindi il suo viaggio nella consapevolezza che i sensi la richiameranno all'ordine per progetti sempre più mirati e di qualità. Se vogliamo intravedere un futuro è questo, la stampa di qualità per produzioni particolari, nobilitate da inchiostri naturali con una durata assicurata nel tempo. Questo libererà (ma già lo sta facendo) il mondo della stampa da tanta produzione d'eccesso, rendendola libera d'esprimere le sue massime capacità. Molti studi continuano infatti a testare le tecnologie e la resa degli inchiostri su diverse superfici con particolari aggrappanti.
Da quanto detto risulta evidente come l'identità e il linguaggio della stampa siano in continua evoluzione, soggette al linguaggio, ma sempre in costante evoluzione linguistica. Per tornare alle parole iniziali di Lolli le differenze devono essere un motivo in più per doverci parlare, una cultura globale non vuol dire rendere tutto uguale, casomai confrontarci e crescere rispettando le differenze linguistiche cercando di trovare nelle nostre diverse culture un punto di crescita nel rispetto comune. Così accade su diversi piani compreso quello della stampa, dove le differenze, le finiture e le nobilitazioni sono un punto di forza di un discorso che si ripete da secoli. Anche questa riflessione diverrà stampa, a dimostrazione che il medium è il messaggio e che l'immaginario ivi generato è una iperbole di un mondo dominato dalla parola "post".

ILLUSTRAZIONE ALESSIO CAMPONESCHI

ATELIER POPULAIRE

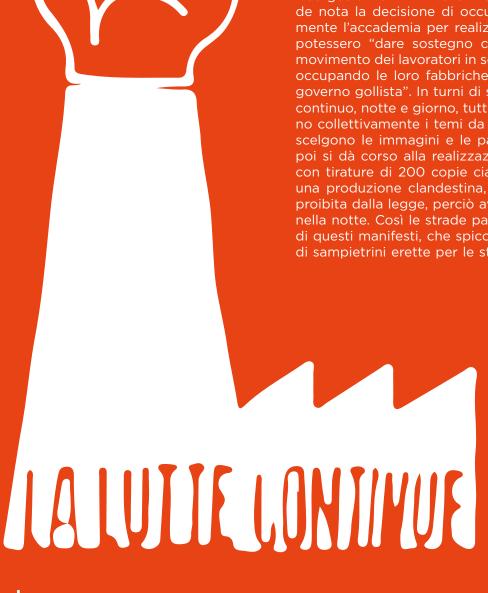
E I MANIFESTI DEL '68

di Alessandra Cigala

Sulla carta di giornale donata dai lavoratori dei quotidiani in sciopero una nuova Marianne campeggia sui muri di Parigi in rivolta nel maggio del '68: l'immagine della Libertà che guida i francesi brandisce una spatola invece del tricolore e nell'altra mano, al posto della baionetta, tiene tavolozza e pennelli, perché – ci avvisa con qualche refuso semplificatorio – "les Beaux-Arts sont fermes mais l'art revolutionaire est ne".
L'8 maggio del 1968 l'Ecole des Beaux-Arts di Parigi entra infatti in sciopero e dal 14 maggio inizia l'occupazione. Entrare nel laboratorio di grafica d'arte e decidere di stampare un manifesto che metta in evidenza la comunanza di intenti nella protesta tra studenti e lavoratori è un impulso immediato.

È così che vede la luce il primo di una grande mole di manifesti – più di 800 – che nel corso dei due mesi di occupazione sono stati realizzati dall'Atelier Populaire: a chiare lettere la "U" tiene uniti tre ambiti che finora si pensava fossero separati: "usines, universites, union", vale a dire "fabbriche, università, sindacato". È nei laboratori di litografia e di serigrafia dell'Accademia di Belle Arti che prende quindi corpo l'urgenza comunicativa del '68, con una sintesi grafica che sa cogliere istantaneamente, con semplicità, in modo secco e con ironia tagliente il senso degli eventi e ce li restituisce tuttora con una freschezza ed essenzialità straordinarie.
A conclusione di un anno in cui le rievocazioni del '68 si sono moltiplicate, ci si è invece ricordati a stento di quella che è stata la più autentica comunicazione visiva partorita in quelle giornate, che in un misto di esaltazione, passione e generosità ha visto occupare spontaneamente i laboratori di grafica d'arte dell'Ecole da un gruppo di studenti, docenti e poi in seguito anche da artisti esterni alla scuola. Autoproclamatosi Atelier Populaire (nelle foto si vedono due cartelli campeggiare all'ingresso dei laboratori: "Atelier Bourgeois Non" – "Atelier Populaire Oui"), rende nota la decisione di occupare permanentemente l'accademia per realizzare manifesti che potessero "dare sostegno concreto al grande movimento dei lavoratori in sciopero che stanno occupando le loro fabbriche per combattere il governo gollista". In turni di stampatori a orario continuo, notte e giorno, tutti i giorni, si decidono collettivamente i temi da trattare, insieme si scelgono le immagini e le parole più efficaci e poi si dà corso alla realizzazione dei manifesti, con tirature di 200 copie ciascuno. Si tratta di una produzione clandestina, la cui affissione è proibita dalla legge, perciò avviene di nascosto, nella notte. Così le strade parigine si riempiono di questi manifesti, che spiccano sulle barricate di sampietrini erette per le strade del Quartiere

LES BEAUX-ARTS SONT FERMES

MAIS L'ART REVOLUTIONAIRE EST NE

Latino e sono sbandierati alle manifestazioni.
L'eco che ne sortisce è imponente, amplificata dal fatto che il sistema mediatico è in sciopero anch'esso e quindi vanno a colmare un vuoto che i canali ufficiali di informazione hanno lasciato.
La realizzazione di questa efficacissima comunicazione visiva non solo è collettiva, ma resta anonima proprio per infrangere il mito dell'artista come individualità creatrice prevista e tollerata nel suo spazio limitato e privilegiato dalla società borghese. Questi manifesti sono davvero considerati armi al servizio della lotta che vede uniti studenti, artisti, lavoratori contro il conservatorismo opprimente del governo gollista. E perciò sono realizzati e distribuiti gratuitamente, su carta fornita sempre gratuitamente dai lavoratori dei giornali. Non sono fatti per essere esposti in gallerie e diventare oggetti da collezionismo. Sono appunto strumenti di lotta. Ma poi la storia è andata diversamente e ora a Parigi se ne vendono le riproduzioni come souvenir.

Anche il maggio del '68 è stato brandizzato, così come la società consumista e produttivista contro cui lottavano non solo non è morta, ma si è riproposta più aggressiva e subdola di prima. In questi tempi bui allora guardare a quelle immagini, così immediate ed efficaci, che sanno andare dritte al centro dei problemi, ha un potere rigenerante per la mente e per il cuore.

VERITÀ e IDENTITÀ nel ritratto fotografico

di **Andrea Attardi**

Diciamo la verità. In quasi due secoli di fotografia, qualunque immagine prodotta ha vissuto in uno strettissimo confine visivo e interpretativo: quello della ricerca di un'identità (personale, e quindi di conseguenza anche culturale), e quello di una "trasformazione" che il medium fotografico imponeva, con le sue mille variabili tecniche e espressive. Si badi bene, che in questa epoca nella quale fioriscono una moltitudine di generi fotografici, quando affermiamo il postulato di "qualunque immagine prodotta", ci si riferisce a entrambe le sfere che hanno contraddistinto storicamente l'azione del fotografare: da un lato la rappresen-

FOTOGRAFIA **LUCIA CADEDDU**

FOTOGRAFIE **CARMEN SORRENTINO**

tazione della realtà dal vivo, con i suoi personaggi che compiono un evento (ad esempio il reportage), e dall'altro la costruzione della messa in scena, nella quale un apparato viene organizzato dal fotografo alla stregua di una regia, per poi muovervi all'interno oggetti o esseri umani davanti l'obbiettivo fotografico.

Ebbene, nel primo caso abbondano le "trasformazioni" del fatto rappresentato, ovvero le metamorfosi di significato che poi queste immagini vanno ad assumere: poteva mai supporre Alberto Diaz Gutierrez, in arte Korda, che il suo ritratto di Ernesto Che Guevara del marzo 1960 potesse diventare l'icona di una storia leggendaria, per quanto tragica e controversa? Oppure, Marc Riboud che ritrae una donna che in mano ha solo un fiore contro le baionette dei soldati, immagine simbolo del pacifismo contro la guerra in Vietnam. E infine la fotografia più straziante degli ultimi decenni italiani: quella di Giovanni Falcone e Paolo Borsellino sorridenti, uno accanto all'altro, fotografati da Toni Gentile, poche settimane prima della loro stessa terribile fine.

Si tratta, com'è evidente, di immagini molto famose che probabilmente anche chi non si occupa di fotografia conosce. Ma proviamo a esaminare i milioni di scatti non celebri, quelli ad esempio delle raccolte familiari: è impossibile sapere quale fosse lo stato d'animo di una persona cara mentre si prestava allo scatto della ripresa. Serena o contrariata? Non si sa. L'unica cosa certa è che la fissità di un dato momento trasforma, nell'immaginario di ognuno, i personaggi raffigurati nel corso del tempo. Ecco, non vi è altresì dubbio che nei casi delle nostre fotografie personali, identità e trasformismi si fondono in un unico corpus. Eravamo noi nella memoria, eravamo noi nelle diverse tappe della vita (ricercando sempre una difficile e personale identità), siamo noi quando riguardiamo noi stessi nel passato che fu. Siamo

FOTOGRAFIE **CARMEN SORRENTINO**

disposti a indagare e a rileggere tutto il nostro trascorso con delle fotografie? Probabilmente no. Perché le fotografie in questo caso non mentono e vanno di pari passo con un bisogno psicologico spesso ingannevole, che è quello del volersi sempre "sentire meglio" e scacciare il disagio di tanti momenti della vita. È vero e va ammesso: non poche volte vedere delle fotografie di certi periodi non è affatto gradevole e procura la "puntura" di un brutto ricordo.

Per tornare più in generale alla fotografia, e dunque a tutta quella massa indistinta di immagini in quasi due secoli, è innegabile che l'autoritratto e la messa in scena sono le due categorie che più di ogni altre hanno contraddistinto i fattori dell'identità e del trasformismo. In moltissimi casi sfumandoli e mischiandoli, fino a sovrapporli in un incerto confine dai significati altrettanto incerti. Ma il dato di fatto ancor più incontrovertibile è che le principali artefici di tale rivoluzione (attenuando così il dominio del fotogiornalismo), sono state proprio le autrici donne. La fotografia femminile, infatti, è ancora un pianeta visivo non del tutto conosciuto ed esplorato. E fino agli inizi degli anni Ottanta, sostanzialmente ignorato dalla critica fotografica, appiattita sul dogma del momento decisivo e irripetibile di Henri Cartier Bresson. Tre sono state le autrici che hanno per così dire scoperchiato un mondo oscuro e nebuloso per chiunque: Claude Cahun, Florence Henri e Francesca Woodman.

Di Claude Cahun la storia è incredibile: fino al 1980 nessuno sapeva o aveva visto le sue fotografie, degli autoritratti sconvolgenti per quei tempi (gli anni Venti) in quanto a trasformismo di lei stessa, del suo corpo, del suo volto, e quindi della sua identità. Come, allo stesso modo, la Henri, disposta oniricamente fra gli specchi e l'arredo surreale della sua abitazione. E venendo alla Woodman, la meteora più inverosimile che ha attraversato la fotografia (sia per la sua giovane età e la sua drammatica fine), si può a buon diritto affermare che lei non aveva mai visto l'opera delle due autrici che l'hanno preceduta decenni prima, ma più di tutte ha segnato un'epoca. Perché proprio mentre a Venezia nel 1979 si celebra una grande mostra sulla fotografia, quella più che altro della foto come racconto realista, lei se ne stava nei luridi sotterranei di palazzo Cenci Bolognetti, ventenne, a Roma, a ritrarre se stessa in situazioni al di là del limite del buon senso, fra porte rotte, vasche in disuso,

> "Nei casi delle nostre fotografie personali, identità e trasformismi si fondono in un unico corpus"

termosifoni in ghisa, bacinelle e anguille. Nuda, ma senza la piena visibilità del volto, che anzi volutamente sfuggiva all'identità del dettaglio dell'obiettivo.

Sulle sue fotografie tutto si è scritto, fra la leggenda di un carattere difficile e la realtà di una fotografia ancora sorda per parecchi anni a uno "strappo" così violento del modo di rivedersi, trasformati nell'identità in una persona "altra". Ora, molto spesso non si è compreso che questa ricerca sperimentale su se stesse verteva sul desiderio di affermazione di un'identità culturale personale: le donne si fotografano perché in primo luogo sono pochissime le fotografe, e poi per dichiarare l'esistenza di se stesse come soggetti che potevano produrre arte anche nel chiuso di quattro mura. E non fra campi di battaglia, rivolte o set patinati di pubblicità glamour, ad appannaggio prettamente maschile. Ciò che è certo è che la Woodman ha dato la stura all'esplodere dell'autoritratto identitario e trasformistico, cavalcato a seguire da un numero incalcolabile di fotografe. Per buona sorte non seguita dagli autori uomini, meno propensi al mostrarsi virilmente e iconograficamente trasformati; il ridicolo, forse, li avrebbe coperti senza possibilità d'appello.

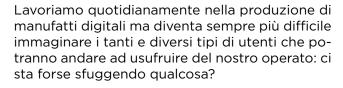
Circa la gran quantità di fotografe che hanno ripercorso le orme di Francesca Woodman, l'Italia occupa una posizione di preminenza. Molto postuma alla fotografa americana ma pur sempre di prim'ordine, malgrado il ritardo. Ebbene, non si può non salutare con favore questa nuova linfa della nostra fotografia contemporanea. Di tante autrici trentenni o quarantenni che hanno messo in gioco la propria fisicità e identità in un curioso caleidoscopio trasformativo dell'immagine. Il rischio immediato è però subdolo: fare per forza fare, ritrarsi per ritrarsi, può indurre al meccanismo dell'autocompiacimento del gioco, regolato da una rigida regia progettuale, e privo di quell'incoscienza spontanea che aveva contraddistinto le fotografe del secolo passato. Pur mantenendo quindi inalterato il suo fascino espressivo, il dualismo identità e trasformismo in fotografia sarà sempre costretto a passare attraverso la cruna di un sottilissimo ago.

FOTOGRAFIA **LUCIA CADEDDU**

che PERSONAS sei

umano o
non umano,
artificialità
e web.

di Enrico Bisenzi

Lavoriamo quotidianamente nella produzione di manufatti digitali ma diventa sempre più difficile immaginare i tanti e diversi tipi di utenti che potranno andare ad usufruire del nostro operato: ci sta forse sfuggendo qualcosa?

Non è il mio caso... ma un'artista quando esprime sé stesso difficilmente pensa per chi sta 'creando' e perlopiù si abbandona alla propria foga e trance creativa. Il tecnico o l'artigiano, invece, necessariamente dovrebbe progettare sempre relativamente al proprio obiettivo comunicativo o funzionale, al contesto in cui andrà ad operare e soprattutto al proprio target di riferimento.
Già ma se pensiamo ad un utente o classi di utenti e magari in ottica stringente di marketing (in fondo vogliamo essere convincenti e quindi in qualche modo vendere progetti od idee dico bene? ;) allora è lecito ragionare in termini di personas o buyer personas e quindi bisogna tornare ad immaginarsi un qualcuno o un qualcosa che interagisce (o interagirà) con il nostro prodotto.
Ma come sarà questo fantomatico utente?
Avrà due gambe e due mani? Un cervello? Un cervello umano?

Come diceva il famoso filosofo... chi può dirlo?
Se penso ad un sito Web – deformazione professionale ma lo stesso ragionamento si potrebbe fare per una app o qualsiasi manufatto digitale – allora mi vengono a mente infiniti esseri misteriosi, comunque pensanti (più o meno), che interagiranno con il mio https:// o quel che sarà.
Facciamo alcuni esempi.

Un ESSERE UMANO che...

- potrebbe parlare una lingua diversa dalla mia;
- porre attenzione alla parte destra dello schermo perché abituata a leggere e scrivere da destra verso sinistra (RTL Right To Left);
- avere valori culturali diversi dai miei anche rispetto all'immaginario visuale e quindi rispetto a ciò che è immagine o video (due soli esempi: nell'estremo Oriente il colore tradizionale del lutto è il bianco ed in Sri Lanka per dire sì non scuotono la testa su e giù, bensì la fanno ciondolare sui lati);
- molto giovane e quindi preferire font a bastoni, testo coinciso e parole in evidenza (per facilitare quel che si definisce abitudine di scanning piuttosto che di lettura;
- molto anziano e quindi preferire font con grazie e termini di sua conoscenza (poco inglese e poco affini alla tecnologia);
- ipovedente o daltonico e quindi che interpreta diversamente o proprio non è in grado di interpretare i colori ed è in difficoltà col molto-piccolo;
- epilettico e quindi a rischio se incappa in intermittenze superiori a tre battiti al secondo;
- sordo e quindi che necessita di video realizzati con il linguaggio dei segni (ed attenzione paese che vai e differente lingua dei segni che trovi!);
- dislessico e quindi preferire colonne di testo strette (66 caratteri l'ideale);
- non vedente che percepisce solo i contenuti testuali ed in maniera linearizzata (un elemento dopo l'altro tramite percezione audio o tattile).

Spaventate/i? Eppure ho semplificato, ovviamente, lo scenario delle esigenze (umane) e soprattutto siamo solo a metà dell'opera perché fino adesso abbiamo preso in considerazione il lato umano della questione... ed il NOT HUMAN?

Bene sappiate che gli utenti NON HUMAN sono diventati la maggioranza sul Web oramai da diversi anni. È dunque d'uopo fare qualche esempio NOT HUMAN.

ENTITÀ ARTIFICIALI ovvero...

- spider dei motori di ricerca che interagiscano con le nostre informazioni sul Web per poi rappresentarle e renderle reperibili su Google e compagnia bella;
- renderer dei social network che così interpretano le nostre informazioni sul Web e le rappresentano e condividono su Facebook & Co.;
- aggregatori come feed-fetchers per catalogare e distribuire i post dei nostri blog;
- spammer per raccogliere informazioni personali da rivendere commercialmente;
- crawler utilizzati da database commerciali per fornire informazioni utili online (Trivago fa questo per capirsi...);
- bot che studiano il funzionamento della Rete;
- bot che rubano informazioni per rubare ed appropriarsi di identità digitali altrui (ah giusto per mettersi d'accordo bot è sinonimo di crawler e spider ma è il termine più utilizzato anche perché deriva etimologicamente dalla parola di origine ceca “Robota” che significa lavoro pesante o forzato);
- bot che estraggono informazioni per costruire illecitamente archivi digitali di testo-audio-immagini-video da rivendere magari sul Dark Web;
- tool appositamente studiati da cracker (il lato oscuro degli hacker che sappiate sono brave persone e molto creative!) per spiare o danneggiare qualcuno in maniera specifica;
- intelligenze artificiali di qualche altro tipo.

ILLUSTRAZIONI **VALENTINA RUSSO**

Ecco questa ultima categoria, ovvero quella dell'ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) merita assoluta attenzione dato che online - sempre più spesso sul Web ma anche sui social come Telegram o Facebook - si trovano bot pre-impostati e "tele-comandati" da intelligenze artificiali che ci possono mettere in grado di disegnare un quadro, inventare un volto, prenotare un ristorante vicino a voi o qualsiasi altra cosa possiate immaginare.

Il contesto poi in cui verrà ospitato il proprio manufatto digitale è un altro fattore di complicazione dell'effetto finale, quasi imprevedibile (a questo punto, concorderete...) dato che l'esperienza-utente potrebbe essere svolta non da un singolo dispositivo ma da più dispositivi od utenti contemporaneamente: esperienze singole o collettive, portate avanti contemporaneamente su dispositivi diversi che possono andare dal molto piccolo (smartwatch) al molto grande (smart-tv o magari wall screen) per passare dai canonici smarthpone, tablet, laptop, desktop, pc o magari in tempi diversi ed in maniera sequenziale (apprendo qualcosa di interessante sul mio smartphone e riprendo lo storytelling a cui sono interessata/o sul mio computer di ritorno a casa o in ufficio).

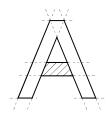
Dunque, la prossima volta che vi metterete davanti alla tastiera e allo schermo ancor prima del momento creativo provate ad immaginare che bizzarra creatura umana od artificiale leggerà ed interagirà con il vostro manufatto digitale e se vi ho incuriosito e volete approfondire tematiche come accessibilità-usabilità-(A)UXdesign allora puntate il vostro browser su:

https://scaccoalweb.wordpress.com
http://www.infoaccessibile.com

qualsiasi straordinaria entità voi siate mi troverete sempre disponibile nel confrontarsi come comunicare con X identità (culturali) diverse e trasformare ma anche trasformarsi di conseguenza.

IL DISEGNO:
uno strumento della conoscenza

di Pietro Roccasecca

Le caratteristiche visibili

nche quando si dice che un disegno è un ritratto dal naturale, in effetti il disegno non riprende il naturale ma le caratteristiche visibili (intentiones) attraverso cui l'intelletto conosce i corpi[1]. Le caratteristiche visibili sono sia proprie dei corpi sia interne ai riguardanti: chi vede riconosce le caratteristiche visibili, che gli sono note[2].

Il disegno non solo permette di raffigurare dei corpi visibili, come se fossero davanti agli occhi di chi guarda il dipinto, ma permette di rappresentare allo stesso modo corpi immaginati, resi con le apparenze dei reali perché il pittore ha in mente le caratteristiche visibili e le può raffigurare senza avere l'esempio naturale davanti.
Le caratteristiche visibili più usate dai disegnatori sono luce, ombra, colore, figura, corpo, magnitudo, distanza. Per il nostro discorso ci concentreremo essenzialmente sulle caratteristiche visibili figura e corpo, che del resto sono conoscibili attraverso luce, colore e ombra. Le caratteristiche magnitudo e distanza, implicano un discorso sulla prospettiva, intesa come sia come volume dei corpi e distanza tra di essi, che necessita di un lungo discorso che non si può sviluppare in questa sede e che ho trattato già in altra sede.
Per figura intendiamo una forma chiusa da una linea, che la separa dal supporto che fa da fondo. Per corpo si intende una rappresentazione in cui è raffigurata non solo la figura bidimensionale, ma la terza dimensione, con i volumi resi sia mediante l'intersezione delle linee di contorno, sia mediante il chiaro-scuro; in questa sede sarà presa in esame il primo caso.

Le operazioni del disegnatore

Il disegnatore delimita sulla superficie del supporto dove disegna il corpo che vuole rappresentare seguendo due vie principali, una più pittorica e l'altra più grafica, che possono avere ciascuna diverse declinazioni.
- Segnare su un supporto colorato che fa da mezzo tono, le luci e le ombre, completando il disegno di quelle linee di contorno che ritiene necessarie;
- Delineare i contorni della figura che vuole rappresentare e poi rendere le ombre e le luci che consentono di rendere i volumi del corpo.
Ambedue i procedimenti sono validi sia che si ritragga un corpo visibili che si ha davanti agli occhi sia che si disegni figura di un corpo immaginato.

premessa ai loro trattati di prospettiva.
La dottrina aristotelica sulle differenze tra linea fisica e linea matematica ci aiutano a capire in cosa consistano le differenze tra la linea dei matematici e quella dei pittori.

La linea

Il punto, la linea e la superficie sono enti che il disegno condivide con la geometria. Sono elementi convenzionali di un codice condiviso tra arte e scienza; con le opportune differenze e distinzioni.
Il punto matematico non è divisibile, dunque non ha quantità; la linea matematica ha longitudine senza latitudine, la superficie ha due dimensioni ed è terminata da una linea[3].
Per Alberti i punti, «se in ordine costati l'uno all'altro s'aggiungono, crescono una linea». Per quanto riguarda le superfici «Più linee, quasi come nella tela più fili accostati, fanno superficie». La linea del disegno è invece la linea fisica che ha spessore e il punto ha quantità, la più piccola che si possa segnare.
Della contraddizione tra linea matematica e fisica era perfettamente cosciente Leon Battista Alberti che la affronta nei primi paragrafi del De pictura. Dopo di lui anche Piero della Francesca e Leonardo da Vinci sentiranno necessario trattare della distinzione tra le due linee in premessa ai loro trattati di prospettiva.
La dottrina aristotelica sulle differenze tra linea fisica e linea matematica ci aiutano a capire in cosa consistano le differenze tra la linea dei matematici e quella dei pittori.

La linea fisica

Aristotele parla della linea nella sua Fisica in particolare confronta il rapporto della geometria e dell'ottica con la linea opposizione a quella matematica. Le scienze fisiche, che «maggiormente si approssimano alla natura», come l'ottica e l'astronomia, scrive Aristotele, si trovano in rapporto antitetico con la geometria. Difatti la geometria studia la linea fisica, ma non in quanto fisica; l'ottica, invece, studia la linea matematica, ma non in quanto matematica, bensì in quanto fisica[4].
La linea del disegno poiché imita le caratteristiche dei corpi visibili è assimilabile alla linea dell'ottica e alle ambiguità che le sono proprie: è una linea matematica intesa dal punto di vista della fisica; è il contorno della forma di un corpo, la delimitazione di una figura dal suo fondo; è materiale per quanto concerne l'operazione grafica; è un'astrazione concettuale, una convenzione per quanto riguarda la rappresentazione.
La linea del disegnatore è una linea fisica che non smette mai di essere anche una linea matematica che descrive la forma separata dalla materia, come la circonferenza che chiude la figura cerchio. Leon Battista Alberti, come è noto, nella pittura

la divise in tre parti: circumscription, composizione e ricezione del lume». Per l'Umanista la circoscrizione è un buon disegno di contorno e giusto prima di trattare della «circumscription», egli afferma : «At first, when we look at a thing, we see it as an object which occupies a place[5].» (traduzione mia).
Correlato e opposto a quello di vuoto, il concetto di «luogo» ricevette diverse definizioni e fu discusso lungamente nella Fisica da Aristotele, che ne diede la seguente definizione «place is [...] the boundary of the containing body at which it is in contact with the contained body».
Il luogo consiste nella superficie di contatto tra contenuto e contenitore, per facilitare la comprensione Aristotele propose la seguente metafora: «place is thought to be a kind of surface, and as it were a vessel, i.e. a container of the thing».
In termini attuali il «luogo» aristotelico di un corpo sarebbe la superficie d'interfaccia tra il corpo e il corpo diafano (aria o acqua) che lo contiene[6].
Il pittore albertiano non circoscrive il corpo visibile, ma il «luogo» da esso occupato, come se ne facesse la sezione della superficie di interfaccia tra contenuto e contenitore. La linea di contorno isola la figura (il contenuto) dal fondo (il contenitore) nel supporto su cui si disegna.
Il corpo viene reso apparente nello spazio delimitato dal contorno della figura descrivendo le superfici in cui esso si articola. Le superfici che chiudono il corpo posso essere rese evidenti descrivendo il modo in cui esse reagiscono alla luce che cade e scorre su di esse; sia mostrando i modi in cui esse si articolano geometricamente. Luci e ombre danno l'illusione della terza dimensione allo stesso modo di angoli, spigoli e intersezioni di due o più superfici.

Come il disegnatore trova la linea che delimita la figura?

Giovan Battista Armenini spiega come il disegnatore trova la linea di contorno della figura che vuole disegnare. Si inizia con una tecnica cancellabile (piombo o pietra nera) a segnare in modo molto leggero i contorni. Torna una seconda volta in modo leggero a sui segni già tracciati cercando di assomigliare quanto più all'esempio. Solo quando il disegno leggero sarà conforme al modello, solo allora si va con una tecnica indelebile (punto d'argento, inchiostro a penna) per individuare la linea che si è scelta. Le tracce del disegno a piombo o a pietra nera vengono cancellate.
Questo protocollo operativo prudente mostra che l'individuazione delle linee di contorno di una figura è il risultato di un processo analitico e di selezione[7].
Solo alcuni disegni conservati nelle collezioni sono disegni finiti, e meno ancora sono quelli che sono stati realizzati come opera d'arte in sé. La grande maggioranza dei sono disegni funzionali, cioè sono parte di un processo di costruzione della figura, della storia, dell'opera. Questi disegni funzionali molto spesso sono dei palinsesti, di momenti dell'ideazione, di più fasi di ricerca, e sono solitamente studiati in relazione all'opera finale, e potrebbero invece essere studiati per comprendere i processi di costruzione della figura, dei corpi e della composizione.

Il disegno nella testa

La ricerca del disegnatore anche quando ritrae d'aprés nature non è mai banalmente mimetica. Il termine "ritrarre" nel Vocabolario della Crusca ha molteplici significati quelli più attinenti al disegno sono: dimostrare, descrivere, comprendere, venire in cognizione, fare a somiglianza. Il termine "ritrarre" era connotato da un aspetto cognitivo, e indicava l'attività di comprendere, venire in cognizione, dimostrare e descrivere (non solo con linee e segni) osservando il naturale[8].
Cennino Cennini parla di disegno nella testa «Sai che ti avverrà, praticando il disegnare di penna? - scrive Cennino - Che ti farà sperto, pratico, e capace di molto disegno entro la testa tua[9]».
Leon Battista Alberti ritenne necessario ben chiare in mente le cose che si voglio disegnare, e consiglia di aver un modello formato nella mente da seguire quando si disegna, poiché ciò consente di correggere gli errori nel pensiero e non nel disegno[10].
Federico Zuccari sostenne l'esistenza di un disegno interno che sarebbe il vero disegno.
Nella cultura italiana del Seicento il termine disegno non descriveva la sola operazione grafica, ma significava un'attività intellettuale ordinante il cui scopo era un componimento, per lo più finalizzato alla realizzazione di un progetto artistico, ma anche pratico: un viaggio un'impresa commerciale[11].
Per Filippo Baldinucci il disegno è "Un'apparente dimostrazione con linee di quelle cose, che prima l'uomo coll'animo si aveva concepite, e nell'idea immaginate; al che s'avvezza la mano con lunga pratica, ad effetto di far con quello esse cose apparire[12]."

Per tutti i gli autori citati il disegno è un fatto mentale prima che grafico. Il disegno non è una mimesi del naturale, ma riproduce l'esperienza visiva della caratteristiche visibili, id est le immagini, nozioni e concetti che corrispondono nella mente alle cose reale o ai loro simboli verbali e/o scritti che il disegnatore e il riguardante hanno in comune. Il corrispettivo grafico non avrebbe alcun senso senza il bagaglio di immagini e concetti condivisi.

ILLUSTRAZIONI **MICHELE MARUCA**

1 La nozione di intenzionalità, e in particolare il termine «intenzione», è medievale ed ha origine nella logica araba, che usava il termine «ma 'nā» per indicare le immagini, nozioni e concetti che corrispondono nella mente alla cosa reale o ai loro simboli verbali e/o scritti. Nel testo originale di Ibn al-Haytam (Kitab al-Manazir) il termine «ma 'nā» è usato in diverse espressioni tecniche che nella traduzione latina sono tradotte con «intentiones visibiles, intentiones particulares, intentiones subtiles». Cf. Deborah L. Black, «Intentionality in Medieval Arabic Philosophy in Late Medival Pespectives on Intentionality», nelle Prospettive tardo-medievali sull'intenzionalità, a cura di Fabrizio Amerini Quaestio, 10 (2010), p. 65-81. The Optics of Ibn al-Haytham, Books I-III, On Direct Vision, translated with Introduction and Commentary, a cura di A. I. Sabra, London 1989, vol. II p.71-72).

2 Le caratteristiche visibili dei corpi sarebbero: «luce, colore, separazione o assenza di contatto, sito, corporeità, grandezza, continuità, discontinuità, numero, moto, quiete, scabrosità, levigatezza, trasparenza, opacità, ombra, oscurità, bellezza, bruttezza similitudine e diversità». Cf. A. Mark Smith, Alhacen's Theory of Visual Perception, a Critical editions, with English translation and commentary of the First Three Books of Alhacen's De Aspectibus, the Medieval Latin Version of Ibn al-Haytam, Kitab al Manāzir, Filadelfia 2001, II, 3.44.

3 H. L. L. Busard, Campanus of Novara and Euclid's Elements, Stuttgart, Steiner, 2005, 2 vols., vol.I, Lib. I, Deff. I-VI, p. 55: «Punctus est cuius pars non est. Linea est longitudo sine latitudine, cuius quidem extremitates duo puncta sunt. Linea recta est ab uno puncto ad alium suas utrumque eorum recipiens. Superficies est que longitudinem et latitudinem tantum habet, cuius termini quidem lineе».

4 Cf. Fisica, II, (B) 2, 193b23-193b25: «The next point to consider is how the mathematician differs from the student of nature; for natural bodies contain surfaces and volumes, lines and points, and these are the subject-matter of mathematics.» Fisica, II, (B) 2, 194a7-194a11«[...] the more natural of the branches of mathematics, such as optics, harmonics, and astronomy are in a way the converse of geometry. While geometry investigatesnatural lines but not qua natural, optics investigates mathematical lines, but qua natural, not qua mathematical.»

5 De pictura II, 6: «Principio, vedendo qualcosa, diciamo questo esser cosa quale occupa uno luogo.»

6 Fisica, IV, 212 a 4- 5; IV, 212 a 30-31.
La traduzione inglese dei due passi: «place is [...] the boundary of the containing body at which it is in contact with the contained body [...] For this reason, too, place is thought to be a kind of surface, and as it were a vessel, i.e. a container of the thing. Further, place is coincident with the thing, for boundaries are coincident with the bounded». Cf. http://classics.mit.edu/Aristotle/physics.4.iv.html

7 Giovan Battista Armenini, De' veri precetti della pittura, ed. a cura di Marina Gorreri, Torino Einaudi, 1988

8 Il Vocabolario degli Accademici della Crusca http//www.vocabolario.signum.sns.it (24 Luglio 2006 [date of visit]) ebbe la sua prima edizione nel 1612. Ritrarre: « Per metafora tolta dall'effigiar che fanno i Pittori, cavando dal naturale, che diciamo propriamente ritrarre [...] Per metafora dimostrare, e descrivere. Lat. exprimere, demonstrare [...] Per comprendere, venire in cognizione. Lat. Intelligere. Ritrar da alcuna cosa, vale somigliarla: onde e ritrae dal Padre.»

9 Cennino Cennini, Il libro dell'arte, XIII.

10 De pictura, III, 6.1 «Ma, per non perdere studio e fatica, si vuole fuggire quella consuetudine d'alcuni sciocchi, i quali, presuntuosi di suo ingegno, senza avere essemplo alcuno dalla natura, quale con ochi o mente seguano, studiano da sé a sé acquistare lode di dipignere».

11 Nel Vocabolario degli Accademici della Crusca del 1612. Il significato di "Disegnare" nella prima edizione del Vocabolario della Crusca (1612) è: "Rappresentare, e descrivere con segni, e lineamenti" ma il significato si estende anche ad un disegno solo intellettuale: "Per fare e ordinar nel pensiero. Lat. constituere. Io ho disegnato d'andare a Roma".

12 Il Vocabolario Toscano dell'Arte del Disegno http//www..signum.sns.it (24 Luglio 2006 [date of visit]) nella voce "Disegnamento". I Vocabolario Toscano delle Arti del Disegno, (1681) di Filippo Baldinucci sicuramente descrive

IDENTITÀ *in* CAMMINO

di Rossella Passavanti

E' molto difficile definire l'identità. Essa ha una dimensione sociologica, quando pensiamo alle etnie, ma anche storica, politica e soprattutto soggettiva. Senza definire il proprio personale senso dell'identità non è possibile comprendere le altre dimensioni identitarie.

La ricerca dell'identità è il tentativo costante di rispondere in modo più inclusivo ed essenziale alla domanda: "chi sono?". Pur se non si risponde con compiutezza e consapevolezza, una risposta dentro di noi è presente comunque: confusa, incerta o contraddittoria ma in ogni caso esiste. Nel corso della vita ci immedesimiamo in ruoli, modi di essere che pensiamo rappresentino una determinata identità. Ogni evento si dilata fino a diventare tutto quello che c'è ed altro non vediamo. Ma tutto ciò in cui ci identifichiamo diventa una sorta di nostro controllore, e non può rappresentare la nostra identità. Tale affermazione può essere verificata solo se ci disidentifichiamo dal ruolo che ci ha invaso e di cui siamo preda non riuscendo a dismetterne i panni. Pensiamo a quanti non riescono ad allontanarsi dal ruolo assunto sul lavoro e anche in famiglia si muovono con le stesse modalità. Disidentificarsi significa imparare a interporre un po' di distanza fra noi stessi e uno stato d'animo, fra noi stessi e l'evento o il ruolo nel quale ci siamo identificati e che erroneamente abbiamo creduto essere la nostra identità. In questa ottica l'identità comincia a prendere forma, è il senso del proprio Sé. E' la percezione di un centro dentro di noi in grado di dirigere tutte le nostre parti con la consapevolezza della propria funzione di armonizzazione. Nella quotidianità quando diciamo "io" facciamo riferimento sinteticamente ed intuitivamente ad un insieme di autopercezioni e autorappresentazioni: siamo il nostro corpo, siamo il nostro nome, siamo i nostri ruoli, i nostri giudizi, i nostri valori ma, in realtà tutto ciò rappresenta il nostro "io convenzionale" e non la nostra identità profonda. E' un "io" che soffre, che gioisce, che si annoia, che ama. In realtà a costituire il nucleo dell'identità sono tre gli elementi fondamentali:

coscienza, volontà e benevolenza. La coscienza rappresenta la capacità dell'io di osservarsi e diventare testimone di sé stesso. La volontà rappresenta la capacità dell'io di essere il regista di sé stesso e della sua epifania nel mondo. La benevolenza è la capacità dell'io di volere il bene di sé stesso e degli altri attraverso un uso proficuo della volontà. Possiamo metaforicamente riportare qui la figura di Arjuna di cui si narra nel Bhagavad Gita, testo sacro della tradizione induista. E' il Principe Arjuna che guida il cocchio dei suoi molteplici cavalli con sensibilità e fermezza per condurli in battaglia e vincere. Tale metafora rappresenta la nostra identità che utilizza gli strumenti della saggezza e del coordinamento per armonizzare il suo cocchio e pervenire alla meritata vittoria. Ma si può pensare all'io come ad un direttore d'orchestra che sa in quale momento, per quanto tempo e con quanta intensità devono essere usati gli strumenti per ottenere una ottima esecuzione musicale. Possiamo affermare alla luce di queste brevi considerazioni che l'identità soggettiva, psichica è la consapevolezza di se stessi, la capacità di muoversi usando la volontà con bontà e saggezza per coordinare al meglio ed equilibrare le prerogative emozionali, immaginative di tutti i ruoli vissuti e dei nostri molteplici aspetti.

> **La ricerca dell'identità è il tentativo costante di rispondere in modo più inclusivo ed essenziale alla domanda: "chi sono?"**

Quindi un'identità che potremmo definire trasformativa dell'armonia interiore, in cammino verso la meta forse irraggiungibile. In tal senso la trasformazione che l'identità subisce nel tempo della vita non può che essere una nota positiva di adeguamento continuo ad un percorso di maturità e sapienza. L'identità così concepita possiamo viverla solo quando, paradossalmente, entriamo in relazione con gli altri. Da quanto fin qui esposto può sembrare ininfluente entrare in relazione con gli altri anzi, forse contraddittorio ma la nostra identità è sempre il frutto di una relazione, è l'aggiustamento continuo dei nostri limiti in funzione dei limiti altrui. La più importante caratteristica dell'identità è la permeabilità da e verso l'esterno senza per questo invadere o lasciarci invadere. Ricordiamoci, che siamo sempre noi a guidare il cocchio. Tali considerazioni sembrano mal conciliare il concetto di identità con il significato del termine trasformismo soprattutto se pensiamo al senso negativo che oggi usiamo dare a questa parola. Il trasformismo diventa sinonimo di atteggiamento ipocrita e di comodo, sempre pronto al cambiamento se più soggettivamente favorevo-

le. Quando pensiamo al trasformismo associamo l'idea al camaleonte, animale così meravigliosamente trasformista. Entrando in considerazioni di ordine sociologico è necessario un riferimento a Zygmunt Bauman, sociologo padre del concetto di modernità liquida, che meglio di qualunque altro definisce la nostra attuale società. In particolare nel suo saggio "Intervista sull'identità" ci propone una riflessione sul fatto che il modello personale nella ricerca dell'identità diviene sempre più quello del camaleonte. Le sollecitazioni e le minacce del mondo contemporaneo caricano sulle spalle di ciascun uomo problemi globali il più delle volte smisurati e irrisolvibili. Trincerarsi in spazi identitari diventa l'unica via di fuga possibile. Ecco allora nascere i confini di filo spinato e i muri eretti attorno alle nazioni. Ed a nulla vale l'impegno degli odierni intellettuali, dice Bauman, che un tempo erano connotati dal coraggio e dalla capacità di impegno da profondere nel tentativo di proporre cambiamenti sociali. Purtroppo assistiamo solo al perseguimento del successo personale, senza dire quasi niente riguardo alla realizzazione di una migliore condizione umana. Come è facilmente intuibile il discorso diventerebbe troppo lungo e non è questa la sede, ma il superamento del trasformismo, nel senso più deleterio del termine, è possibile solo con l'impegno individuale di ricerca di un'identità il cui continuo cambiamento porta alla crescita consapevole della personalità. Così, dalla somma delle identità individuali, si costituisce in una dimensione sociologica un'identità collettiva consapevole e matura, pronta ad affrontare le sfide che questo futuro liquido e fluttuante ci propone.

“Quando pensiamo al trasformismo associamo l'idea al camaleonte, animale così meravigliosamente trasformista”

ILLUSTRAZIONI **SARA DE GRANDIS**

ILLUSTRAZIONI LIANG YUE

RIFLESSIONI SUL CONTEMPORANEO

Tra trasformismi e identità

di Enrico Pusceddu

> ***La vita felice viene dal superamento dei problemi, la lotta contro i problemi si rende concreta nel risolvere la difficoltà e le sfide.***
> ”

Tanti sono i fattori che possono ricondurre a trasformismi e identità, tra questi, Migrazioni e Modernità, due fenomeni intimamente connessi fra loro, il clima d'incertezza costante che stiamo vivendo scatenano scenari apocalittici: tra guerre, vittime, differenze culturali e religiose, i conflitti che ne scaturiscono, gli effetti sulla politica, il fondamentalismo, il razzismo, la gestione dell'integrazione.
Tutti quesiti aspetti di difficile soluzione.
Ad oggi la modernità ha due meccanismi regolatori, il primo è la migrazione data da un numero di persone in eccesso che non corrispondono alle immagini di ordine prescritte dalla nostra epoca; l'altro è il progresso economico che svaluta il lavoro manuale e danneggia il capitale individuale, costringendo le persone a migrare altrove, le competenze e le esperienze accumulate sembrano non servire più. La migrazione è sempre condizionata dall'incertezza, a maggior ragione quelle a carattere dispotico basate su identità di molteplici popoli in movimento.
Gli immigrati attuali sembrano refrattari all'assimilazione e stentano ad accettare i costumi culturali del paese in cui si trasferiscono, da qui il diverso e poche diventano le possibilità di conciliazione democratica.
Nelle diaspore esistono doppie, triple identità. Da un conflitto di lealtà, da un'appartenenza simultanea con il "noi" s'intende sempre qualcosa di diverso, quel noi interseca gruppi d'individui.
Questo riconduce tutti a un unico tratto tipico dei nostri tempi: "Ambiente e incertezza".
Ogni cambiamento ha luogo cosi rapidamente che prima che si abbia il tempo di coglierlo, elaborarlo e metabolizzarlo è già passato, quello che ne deriva è un clima d'incertezza, per cui tutto può succedere, ma nulla può essere fatto.
La responsabilità di questa incertezza è attribuita il più delle volte all'immigrazione.

Perché? Perché, come proferiva Zygmunt Bauman, “ Se non ci fossero gli immigrati, bisognerebbe inventarli, loro sono l’avamposto del grande ignoto”.
Il grande ignoto è nel cyber spazio, ne sentiamo parlare ma non lo vediamo, non riusciamo ad intravederne il volto. E anche se ci riuscissimo non arriveremmo a toccarlo.
Oggi giorno l’incertezza è una condizione della contemporaneità.
Finché le vittime sono disposte a combattere le une contro le altre, le vere cause dell’incertezza contemporanea restano nascoste e il potere sfrutta il tema dell’immigrazione ai propri fini.

Ogni grande città del mondo nel presente è una collezione di diaspore. Diaspore di religioni, culture, linguaggi ed etnie.
E allora come vivere al meglio tali condizioni?
Ci può venire incontro la proposta del sociologo Richard Sennet che c’invita a vivere costantemente con gli stranieri, non ogni tanto a secondo il bisogno, ma in maniera definitiva, quindi a vivere a pieno il mondo diasporizzato.Il sociologo R. Sennet affronta l’argomento attraverso una formula tripartita. Verso i cittadini stranieri ci vogliono informalità, apertura e cooperazione. Informalità significa che non servono norme scritte, le regole emergono nel corso della collaborazione.
L’apertura equivale a farsi carico di un doppio ruolo essere insegnanti ma anche allievi, perché gli stranieri costituiscono una risorsa culturale.
Nella collaborazione non ci sono né vincitori né vinti, ognuno dà il proprio contributo senza che ci sia la tendenza ad avere ragione facendo sentire il torto negli altri. Dalla collaborazione si esce sempre arricchiti dall’aver appreso cose nuove.
L’organizzazione delle cose è importante, il sospetto dell’altro diventa un fattore antropologico e permanente. In ogni periodo della storia l’essere umano avvertiva la sensazione di spavento ma oggi nel mondo, che è sempre meno intellegibile, questo altro è ancora più diffuso e più vago, di conseguenza abbiamo in maggior misura paura.
Non abbiamo più fiducia nello strumento dell’azione, da qui la crisi della fiducia, senza riflettere che solo mettendo insieme gli estremi si arriva al concetto di armonia.
Una crisi di identità che corre alla velocità della fibra ottica. Linguaggi liquidi che modificano il nostro modo di pensare e di agire senza che nemmeno ce ne accorgiamo. La cosiddetta Web society che prende in mano le redini del mondo, ma che non sempre riesce a guidarlo su strade giuste.
È, senza ombra di dubbio, necessario porsi una domanda abbiamo i mezzi culturali per comprendere la rete e i suoi linguaggi?

Per comprendere bisogna innanzitutto avere la curiosità di conoscere e senza questa non c'è mezzo culturale che possa dirsi efficace. In particolare dobbiamo sviluppare un atteggiamento di ascolto delle forme e dei contenuti con cui giovani e adulti utilizzano il web quale strumento e ambiente per comunicare sentimenti ed esperienze di vita, in modo da limitare il divario comunicativo tra generazioni.
La rete in quanto strumento non ha in sé un'etica, mentre in quanto ambiente di relazione può favorire il prodursi di comportamenti etici, ma pure di comportamenti devianti e criminali. L'idea del web come di uno spazio utopico "al di là del bene e del male" è la più pericolosa illusione da evitare.

Molte persone nel web, che si configura sempre più come spazio dell'ambiguità e del trasformismo, cercano di plasmare la propria identità di formarsene una nuova e in certi casi più di una. Da sempre l'essere umano ha cercato occasioni per uscire dalla propria identità socialmente riconosciuta. Pensiamo a una festa in maschera, ma il web non è una festa in maschera che finisce in uno spazio e in un tempo delimitati. Nel web il rischio è quello di diventare prigionieri dell'identità che uno si è dato o che gli hanno attribuito in rete. Non è semplice dire quale processo intraprendere in senso opposto in una società impaurita, alla ricerca di continui filtri mediatici con il reale, che ha perso molti spazi e tempi dedicati alla relazione viso a viso. Intraprendere un'altra direzione si può, ma richiede il desiderio di relazionarsi con l'altro senza trincerarsi dietro un display.

Uno degli elementi più interessanti nello studio del web come ambiente di relazione è la percezione che ogni essere umano può avere dell'altro nella relazione mediata da un display. Cosa si guadagna, cosa si perde a livello empatico quando l'incontro con l'altro è mediato dalla tecnologia?

Questo quesito pone l'accento su due aspetti l'amore e la felicità. La teoria dell'amore così come l'analizzava Zigmunt Beuman ci interroga… in un tempo in cui tutto scivola via veloce che cos'è l'Amore?
Esistono due tipi di amore, l'amore liquido che si consuma rapidamente e finisce subito e l'amore che si costruisce con dedizione e fatica insieme a un'altra persona, con cui crescere e aiutarsi per tutta la vita.
Tocca a noi scegliere come si vuole amare… le emozioni passano i sentimenti restano.
Così come la felicità… non è vero che la felicità significhi una vita senza problemi. La vita felice viene dal superamento dei problemi, la lotta contro i problemi si rende concreta nel risolvere la difficoltà e le sfide.
Oggi come oggi necessita affrontare le sfide fare del proprio meglio, sforzarsi.
La felicità si raggiunge quando ci si rende conto di riuscire a controllare le sfide poste dal fato, d'altro canto ci si sente persi se aumentano le comodità.
Occorre imparare a vivere meglio, a prendere consapevolezza del mondo che ci circonda, mettendo in preventivo le possibilità di sbagliare, di andare in crisi, entrambi indissolubilmente insite nei nostri tentativi esistenziali.
Le crisi sono situazioni di passaggio, costitutive della crescita del vivente, sia in natura sia negli esseri umani, sia in ambito personale che collettivo.
Crisi deriva dal greco "krimein" (separare, distinguere). È qualcosa che si rompe e si deve analizzare. Dalla stessa radice deriva il termine "critica" cioè quell'osservazione discriminante che cerca di comprendere e prendere posizione davanti a ciò che si presenta. In cinese si scrive con due caratteri: pericolo e opportunità.
E allora … Non esistono scorciatoie, le crisi, l'errare, sono lì appollaiati fuori e dentro di noi, ci mettono in guardia, possono farci ritirare, ma anche, e pongo l'accento, disporci ad avanzare.

COMING
insight
SOON

insight
La Cultura dell'Altro
ILLUSTRAZIONE ELENA LONGARINI

ILLUSTRAZIONE **NIE JIANMING**